

# HAGFRÆÐISTOFNUN HÁSKÓLA ÍSLANDS

---

Hagfræðistofnun Háskóla Íslands

Aragötu 14

Sími: 525-4500/525-4553

Fax: 525-4096

Heimasíða: [www.ioes.hi.is](http://www.ioes.hi.is)

Tölvufang: [ioes@hag.hi.is](mailto:ioes@hag.hi.is)

Skýrsla nr. C06:02

## Áhrif raungengis á ferðapjónustu

Mars 2006

# Efnisyfirlit

<b>Formáli</b> .....	<b>1</b>
<b>1 Inngangur</b> .....	<b>2</b>
<b>2 Erlendir og íslenskir ferðamenn</b> .....	<b>3</b>
2.1 Erlendir ferðamenn .....	3
2.2 Erlendir ferðamenn eftir uppruna .....	8
2.3 Dvalarlengd erlendra ferðamanna .....	14
2.4 Áfangastaðir erlendra ferðamanna .....	15
2.5 Ferðir Íslendinga .....	17
2.5.1 Utanlandsferðir Íslendinga .....	17
2.5.2 Ferðalög Íslendinga innanlands .....	20
<b>3 Þýðing ferðaþjónustu fyrir Íslenskt hagkerfi</b> .....	<b>24</b>
3.1 Hlutdeild í landsframleiðslu og útflutningi .....	24
3.2 Framleiðni og ferðaþjónusta .....	29
<b>4 Áhrif gengisbreytinga á ferðaþjónustu</b> .....	<b>31</b>
4.1 Afkoma og raungengi .....	31
4.2 Samkeppnisstaða Íslands .....	35
4.3 Raungengi krónunnar og útlendir ferðamenn .....	38
4.4 Hlutfall innlendra og erlendra gjaldmiðla í kostnaði og tekjum .....	41
4.5 Ferðir Íslendinga til útlanda .....	42
4.6 Viðbrögð við gengisáhættu .....	44
4.6.1 Samræmi á milli innlendra myntar og erlendra .....	44
4.6.2 Gengisbreytingar og sölukeðja .....	45
4.6.3 Gengisvarnir og sérhæfing .....	46
<b>5 Niðurstöður</b> .....	<b>49</b>
<b>6 Heimildaskrá</b> .....	<b>53</b>

## Myndir

Mynd 2.1 Fjöldi erlendra ferðamanna (þúsundir gesta) og aukning frá fyrra ári (%) 1973-2004.	3
Mynd 2.2 Breyting í vexti fjölda ferðamanna 1992-2004	5
Mynd 2.3 Breytingar á fjölda ferðamanna og raungengi árin 1992-2004.	8
Mynd 2.4 Heimsóknir erlendra ferðamanna eftir algengustu þjóðernum árið 2004, hlutfall af heild.	9
Mynd 2.5 Fjöldi erlendra ferðamanna eftir þjóðerni 1980-2000, þúsundir gesta.	10
Mynd 2.6 Gengisþróun nokkurra gjaldmiðla árin 1999-2005.	11
Mynd 2.7 Fjöldi áætlunarfluga til Íslands árin 1996-2004.	12
Mynd 2.8 Dvalarlengd erlendra ferðamanna. Hlutfall ferðamanna sem gisti tiltekinn fjölda náttu.	14
Mynd 2.9 Þeir staðir sem oftast voru heimsóttir af erlendum ferðamönnum 2004-2005.	16
Mynd 2.10 Dvalarlengd erlendra ferðamanna eftir landshlutum, meðalfjöldi daga	16
Mynd 2.11 Fjöldi heimsókna erlendra ferðamanna til Íslands og Íslendinga til útlanda 1972-2004.	18
Mynd 2.12 Breytingar á utanlandsferðum Íslendinga og vergri landsframleiðslu árin 1982-2003.	19
Mynd 2.13 Breytingar á utanlandsferðum Íslendinga og raungengi árin 1982-2003. Hlutfallstölur.	20
Mynd 2.14 Fjöldi gistinguáttu á öllum tegundum gistinguáttu á Íslandi árin 1998-2004.	
Þúsundir gistinguáttu.	21
Mynd 2.15 Hlutfallsleg skipting gistinguáttu á Íslandi árið 2004 eftir tegund gistingar.	22
Mynd 2.16 Breytingar á fjöldi gistinguáttu Íslendinga innanlands, utanlandsferðum Íslendinga og raungengi árin 1998-2004. Hlutfallstölur.	23
Mynd 3.1 Hlutfall ferðaþjónustu í vergri landsframleiðslu og fjölda starfa.	26
Mynd 3.2 Störf í nokkrum undirgreinum ferðaþjónustu. Störf í veitinga-, flug- og ferðaskrifstofurekstri sem skilgreind eru sem störf í ferðaþjónustu, hlutfall af heildarfjölda starfa á Íslandi 2004	27
Mynd 3.3 Hlutdeild ferðaþjónustu í heildarfjölda starfsmanna og heildarlaunum árin 1980-2003.	28
Mynd 3.4 Útflutningur vöru og þjónustu eftir atvinnugreinum árin 1990 og 2004.	29
Mynd 4.1 Afkoma og hlutfallslegur launakostnaður – veitinga og gistinguáttu	33
Mynd 4.2 Afkoma og hlutfallslegur launakostnaður –flug.	34
Mynd 4.3 Þróun raungengis íslensku krónunnar á mælikvarða verðlags árin 1980-2005.	36

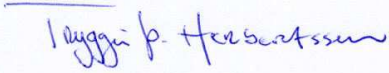
## Töflur

Tafla 2.1 Fjöldi hótela og herbergja árin 2000 - 2005. _____	12
Tafla 2.2 Ráðstefnur hér á landi og fjöldi gesta 1993 til 2005. _____	13
Tafla 3.1 Skilgreining Hagstofu Íslands á ferðaþjónustu. _____	25
Tafla 4.1 Rekstarafgangur atvinnugreina 1997-2003, hlutfall af rekstartekjum. _____	32
Tafla 4.2 Afkoma hótela og veitingahúsa 1983-2003. Aðfallsgreining. _____	33
Tafla 4.3 Afkoma flugfélaga 1983-2003. Aðfallsgreining. _____	35
Tafla 4.4 Verðlag landsframleiðslu, Ísland=1. _____	37
Tafla 4.5 Breytingar í fjölda ferðamanna frá sex löndum árin 1982 til 2004. Aðfallsgreining. _____	39
Tafla 4.6 Breytingar í eyðslu hvers ferðamanns, mældum í bandaríkjadöllum frá 1982 til 2004. _____	41
Tafla 4.7 Hlutur erlendra mynta í kostnaði og tekjum ferðaþjónustuaðila og erlendar lántökur þeirra. _____	41
Tafla 4.8 Verðbreyting neyslu í nokkrum löndum miðað við Ísland, 2001=100 _____	43
Tafla 4.9 Fjölgun ferða Íslendinga til útlanda frá 1981 til 2004. Aðfallsgreining. _____	44
Tafla 4.10 Gjaldmiðlar sem innlendir aðilar verðleggja þjónustu sína í og hlutfall beinsölu til neytenda af heildarsölu. _____	46

## Formáli

Síðla árs 2005 gerðu Ferðamálaráð Íslands (nú Ferðamálastofa), að beiðni samgönguráðherra og Hagfræðistofnun Háskóla Íslands með sér samning um að Hagfræðistofnun skoðaði áhrif þróunar raungengis á íslenska ferðaþjónustu og er þessi skýrsla afrakstur þeirrar vinnu. Skýrsluna unnu dr. Sigurður Jóhannesson, dr. Sveinn Agnarsson og Þórhallur Ásbjörnsson, starfsmenn Hagfræðistofnunar.

Hagfræðistofnun, 1 mars 2006

A handwritten signature in blue ink, reading "Tryggvi Þ. Herbertsson". The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

Tryggvi Þór Herbertsson  
forstöðumaður

# 1 Inngangur

Á undanförunum misserum hefur íslenska krónan styrkst verulega og var í upphafi árs 2006 sterkari en hún hafði verið um langt árabíl. Í þessari skýrslu er þess freistað að bregða birtu á hvaða áhrif sterkt raungengi krónunnar hefur á íslenska ferðaþjónustu. Í því skyni er kannað samband breytinga á raungengi annars vegar og hins vegar breytinga á fjölda ferðamanna, bæði útlendinga er koma til Íslands og Íslendinga er ferðast til útlanda. Þá er fjallað um hvaða áhrif breytingar á raungengi hafi á eyðslu erlendra ferðamanna hérlandis og reynt að áætla hversu stór hluti tekna og kostnaðar fyrirtækja í ferðaþjónustu verður til í erlendri mynt.

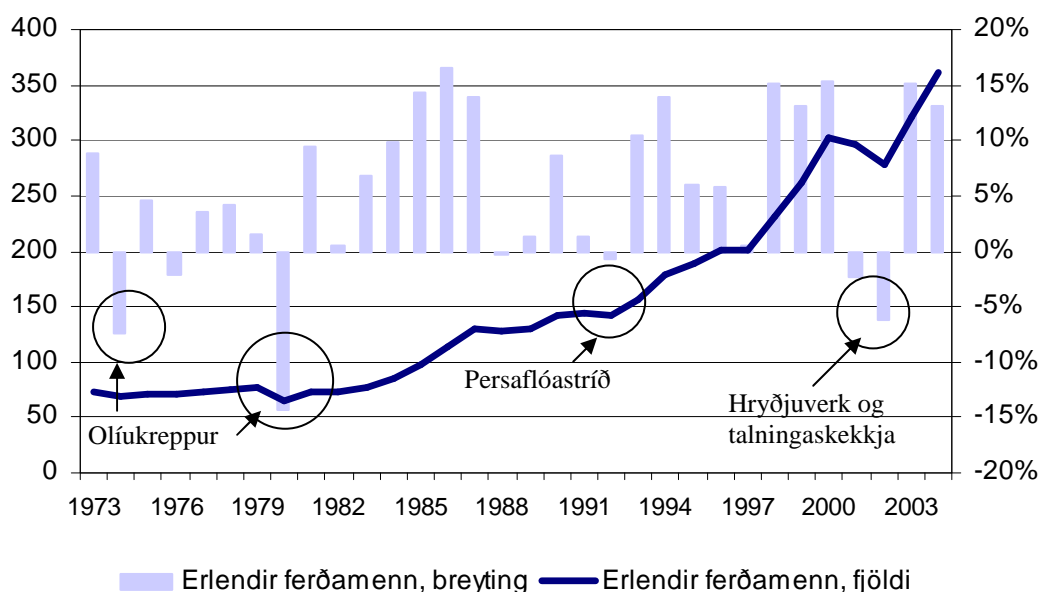
Skýrslan skiptist í fjóra meginkafla. Fyrst er fjallað um þá þróun sem átt hefur sér stað í ferðum útlendinga til Íslands á síðustu árum og Íslendinga til útlanda. Í þeim næsta er vikið að þjóðhagslegu mikilvægi ferðaþjónustu og þar á eftir greint frá þeim áhrifum sem gengisbreytingar hafa á ferðaþjónustu. Lokakafli skýrslunnar hefur síðan að geyma niðurstöður hennar.

## 2 Erlendir og íslenskir ferðamenn

### 2.1 Erlendir ferðamenn

Mikil aukning hefur orðið á heimsóknum erlendra ferðamanna til Íslands á síðustu þremur áratugum. Árið 1973 lögðu liðlega 74 þúsund útlendingar leið sína til landsins, en þeir voru fimmfalt fleiri árið 2004, eða 362 þúsund. Að meðaltali fjölgaði erlendum ferðamönnum um 5,6% á milli ára, en svo sem fram kemur á mynd 2.1 hefur þessi vöxtur verið nokkuð breytilegur. Á áttunda áratugnum og fram á þann níunda stóð fjöldi ferðamanna því sem næst í stað og var aðeins tvö ár – 1978 og 1979 – meiri en árið 1973. Samtök olúframléiðsluríkja, OPEC, takmörkuðu olúframléiðslu á þessum árum með þeim afleiðingum að heimsmarkaðsverð á olú hækkaði gífurlega. Fyrir vikið hækkuðu fargjöld og efnahagur margra þjóða rýrnaði. Þetta leiddi til þess að verulega dró úr ferðamennsku í heiminum, svo sem glögglega sér merki hér árin 1974 og 1980. Fyrra árið fækkaði erlendum ferðamönnum um 5.500 eða um 7,5% og hið síðara um nálega 11 þúsund eða 14,3%. Farþegum fækkað einnig lítillega árið 1992 eftir Persaflóastríðið.

Mynd 2.1 Fjöldi erlendra ferðamanna (þúsundir gesta) og hlutfallsleg aukning frá fyrra ári á tímabilinu 1973-2004.



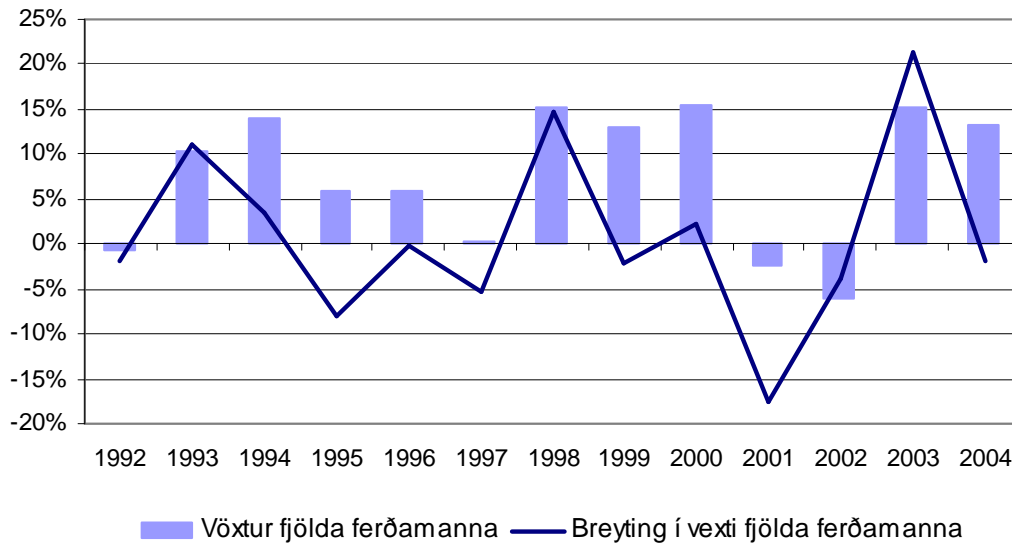
Heimild: Ferðamálastofa

Árið 1982 komu 72.600 erlendir ferðamenn til landsins, 1.400 færri en áratug áður, en síðan má heita að ferðamönnum hafi fjölgað ár frá ári. Af mynd 2.1 má þó ráða að vöxturinn hafi verið nokkru örari seinni hluta tímabilsins, þ.e. 1993-2004, en á þeim fyrri. Á þessum tíma dró þó úr fjölda ferðamanna árin 2001 og 2002, en skýringar á þeim samdrætti eru aftur á móti ekki augljósar. Fyrst ber að nefna að árið 2000 var síðasta árið sem Útlendingaeftirlitið taldi fjölda útlendinga sem komu inn í landið í kjölfar þess að Ísland gerðist aðili að Schengen-samkomulaginu. Engin hefðbundin talning á ferðamönnum fór fram á árinu 2001, en á árinu 2002 hóf Ferðamálaráð talningar á fjölda ferðamanna sem yfirgefur landið. Tölurnar frá árinu 2001 eru því áætlaðar, en miðað við tölur um fjölda farþega um Keflavíkurflugvöll má ráð fyrir að þær séu nálægt raunverulegum fjölda.

Mynd 2.2 gefur skýrari mynd af þeim breytingum sem urðu á fjölda ferðamanna á árunum 1992-2004. Á myndinni sýna stöplarnir hlutfallslega breytingu í fjölda ferðamanna frá fyrra ári. Línan á myndinni sýnir hinsvegar breytingarnar sem verða á gildum stöplanna milli ára og mætti því kalla hana breytingu í vexti fjölda ferðamanna. Línan sýnir að þótt mesti samdráttur í fjölda ferðamanna á tímabilinu hafi verið árið 2002 varð stærsta umbreytingin á árinu 2001 þegar vöxtur fjölda ferðamanna dróst saman um 17%, þ.e. 15% fjölgun árið 2000 breyttist í 2% samdrátt árið 2001.



Mynd 2.2 Breyting í vexti fjölda ferðamanna árin 1992-2004



Heimild: Hagstofa Íslands

Hugsanlegt er að ríflega tvöföldun olúverðs milli áranna 1999 og 2000 hafi leitt til samdráttar í ferðalögum árið 2001. Hinsvegar ber að varast að gera of mikið úr hækkuninni þar sem olúverð var þrátt fyrir allt tiltölulega lágt í sögulegu samhengi að henni afstaðinni [Ætti verðbreytingin ekki samt að hafa áhrif á breytingu á fjöldanum frá fyrra ári?]. Aftur á móti hefur vart bætt úr skák að mörg af hagkerfum heimsins áttu erfitt uppdráttar á árinu 2001. Íslendingar voru enda ekki einir um að upplifa samdrátt í ferðaþjónustu árið 2001 því komum ferðamanna til landa Norður-Evrópu fækkaði um rúm 5% á því ári.<sup>1</sup> Auk þess fækkaði heimsóknnum ferðamanna lítillega í Evrópu í heild og í heiminum samanlagt.

Þrátt fyrir að ferðamönnum hafi fjölgað um 4% á milli áranna 2001 og 2002 í Norður-Evrópu í heild dró úr fjölda ferðamanna á Íslandi á sama tíma um 5%, samkvæmt áætlun Ferðamálaráðs. Miðað við aukninguna sem varð í Norður-Evrópu gæti talist hæpið að skýra stóran hluta þess samdráttar sem varð á Íslandi árið 2002 með áhrifum atburðanna í New York og Washington 11. september 2001, en aftur á móti dró verulega úr ferðum Bandaríkjamanna síðasta fjórðung ársins 2001 og á árinu 2002. Svo sem bent var á hér að framan eru tölur um fjölda ferðamanna árið 2001 að nokkru

<sup>1</sup> World Tourism Organization.

áætlaðar og því kann að vera óvarlegt að draga miklar ályktanir af breytingum frá 2001 til 2002. Almennt má segja að ferðum útlendinga til Íslands hefur fjölgað mun meira undanfarin ár en ferðum til annarra Evrópulanda eða í heiminum öllum. Á árunum 1990 til 2000 tvöfaldaðist fjöldi erlendra ferðamanna hér á landi en í öllum heiminum jókst fjöldinn um rúm 50%. Frá 2000 til 2004 fjölgaði ferðum útlendinga nokkru meira hingað til lands en nam aukningu á ferðum milli landa í öllum heiminum. Fjölgunin varð mun meiri en á ferðum til annarra Evrópulanda.<sup>2</sup>

Erlendir ferðamenn sem koma hingað til lands virðast hafa tekjur yfir meðaltekjum í sínu landi. Í könnun Ferðamálaráðs sumarið 2004 sögðust aðeins 8% ferðamanna vera með minna en meðaltekjur, tæp fjörutíu prósent töldu sig vera með tekjur í meðallagi, en rétt rúmur helmingur kvaðst vera með tekjur yfir meðallagi eða háar tekjur. Ferðir hingað til lands virðast vera munaðarvara. Þetta er í samræmi við það að ferðum hingað fjölgar meira en ferðalögum almennt í heiminum. Með tímanum aukast efni manna og fleiri fara til landa eins og Íslands. Hugsast getur að þeir sem fara hingað til lands séu ekki jafnnæmir fyrir verðsveiflum og efnaminna fólk sem fer fremur til sólarlanda.

Almennt má gera ráð fyrir að hækkandi raungengi gjaldmiðils veiki samkeppnisstöðu viðkomandi lands og leiði – að öllu öðru óbreyttu – til þess að ferðamenn dragi úr ferðum síðan þangað. Hins vegar geta aðrir þættir, svo sem áhugi á viðkomandi landi og háar tekjur ferðamanna, hæglega vegið á móti raungengishækkuninni. Á mynd 2.3 getur að líta breytingar á fjölda erlendra ferðamanna til Íslands og raungengi krónunnar árin 1992-2004. Af myndinni verður vart ráðið að neikvætt samband sé á milli þessara tveggja stærða, svo sem vera ætti ef raungengisbreytingar hefðu afgerandi áhrif á breytingar á fjölda erlendra ferðamanna. Þetta er þó ekki einhlít niðurstaða, því að árin 1993 og 1994 veiktist raungengi krónunnar jafnframt því sem ferðamönnum fjölgaði og árið 2002 styrktist raungengið samhliða því að ferðamönnum fækkaði. Önnur ár virðist vera um jákvætt samband að ræða á milli raungengisbreytinga og ferðamannastraums til landsins. Sérstaklega er athyglisvert að síðustu árin, 2003 og 2004, fjölgar erlendum ferðamönnum verulega þótt svo raungengið hafi styrkst bæði þessi ár.

---

<sup>2</sup> Sama heimild.

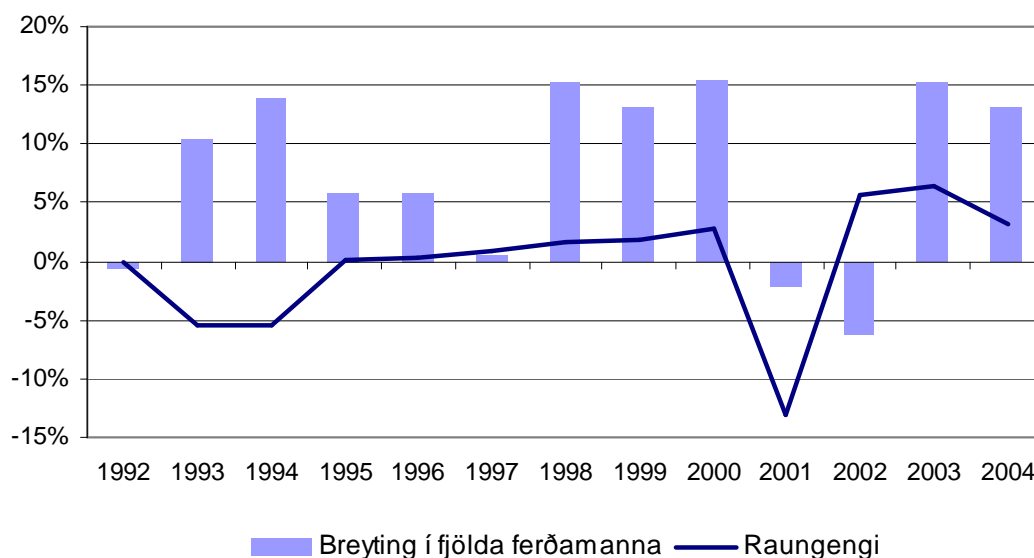
## Rammi 1: Gengi og raungengi

Gengi eins gjaldmiðils gagnvart öðrum er mælikvarði á hlutfallslegt verðmæti gjaldmiðlanna tveggja. Gengisvísitala krónunnar lýsir verði íslensku krónunnar miðað við körfu gjaldmiðla helstu viðskiptalanda Íslands á hverjum tíma. Þegar talað er um að gengi krónunnar hafi breyst er venjulega verið að vísa í breytingar í gengisvísitölunni.

Raungengi má skilgreina sem hlutfallslega þróun verðlags eða launakostnaðar á einingu í heimalandi annars vegar og viðskiptalöndunum hins vegar. Raungengi er jafnan sýnt sem vísitala. Seðlabankinn hefur um langt skeið reiknað tvær raungengisvísitölur, annars vegar raungengi á mælikvarða launa og hins vegar á mælikvarða verðlags. Vísitölurnar sýna annars vegar þróun innlends verðlags í samanburði við þróun þess í viðskiptalöndunum og hins vegar launaþróun hér á landi í samanburði við viðskiptalöndin. Raungengi, einkum á mælikvarða launa, er mælikvarði á samkeppnisstöðu innlendra atvinnuvega. Fyrir ferðapjónustu er raungengi á mælikvarða verðlags hinsvegar ekki síður áhugaverð stærð þar sem hún lýsir innlendu verðlagi í samanburði við verðlag helstu viðskiptalanda okkar sem skiptir máli fyrir val ferðamanna á áfangastað.

Samkvæmt könnunum Ferðamálastofu taka tveir af hverjum þremur ferðamönnum endanlega ákvörðun um Íslandsferð fjórum mánuðum eða skemur fyrir brottför. Rúmur fimmtungur ákveður sig 4-8 mánuðum áður en þeir koma og rúm 10% með níu mánaða fyrirvara eða meira. Gengi líðandi stundar ætti því að jafnaði að hafa meiri áhrif á ákvörðun þeirra en raungengi gærdagsins.

Mynd 2.3 Breytingar á fjölda ferðamanna og raungengi árin 1992-2004.

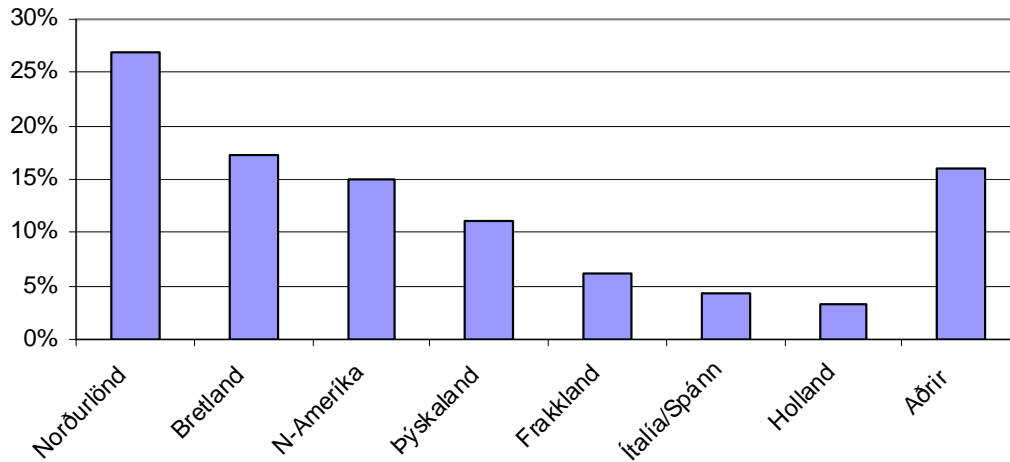


Heimild: Hagstofa Íslands

## 2.2 Erlendir ferðamenn eftir uppruna

Bretar voru fjölmennastir í hópi þeirra ferðamanna sem sóttu landið heim árið 2004, en rúm 17% komu þaðan. Frá Norður-Ameríku komu 15% ferðamanna, 11% frá Þýskalandi og 27% frá Norðurlöndunum fjórum. Fyrir 30 árum jaðraði við að annar hver ferðamaður kæmi frá Bandaríkjunum eða Kanada, en hlutfall þeirra var komið niður í um þriðjung upp úr 1980. Undanfarinn áratug hefur hlutfall N-Ameríkubúa verið um 20%, en árin 2003 og 2004 var það þó komið niður í um 15% og þau ár komu fleiri Bretar til landsins en Vesturheimsbúar. Svo virðist sem sá hlutfallslegi samdráttur sem varð á ferðalögum Bandaríkjamanna til landsins um 2002 hafi því enn ekki gengið til baka.

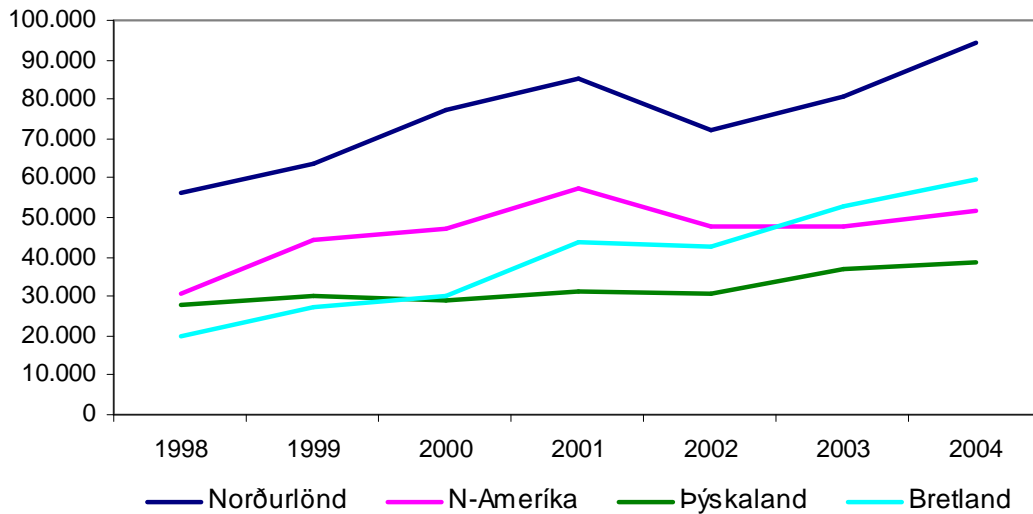
Mynd 2.4 Heimsóknir erlendra ferðamanna eftir algengustu þjóðernum árið 2004, hlutfall af heild.



Heimild: Ferðamálastofa

Svo sem fram kemur á mynd 2.5 hafa ferðir Breta til Íslands aukist verulega síðustu árin. Árið 2000 voru þeir jafnmargir Þjóðverjum, eða um 31.500, en árið 2004 hafði fjöldi breskra ferðamanna vaxið í 60.000, en þýskum ferðamönnum hafði aftur á móti aðeins fjölgað í 38.500. Aukinn áhugi Norðurlandabúa á Íslandi kemur einnig glögglega fram. Ferðamenn þaðan voru um 72 þúsund árið 2002, en hafði fjölgað í 94 þúsund tveimur árum síðar. Hér ber þó að hafa í huga að þeim fækkaði um 13 þúsund á milli árunna 2001 og 2002.

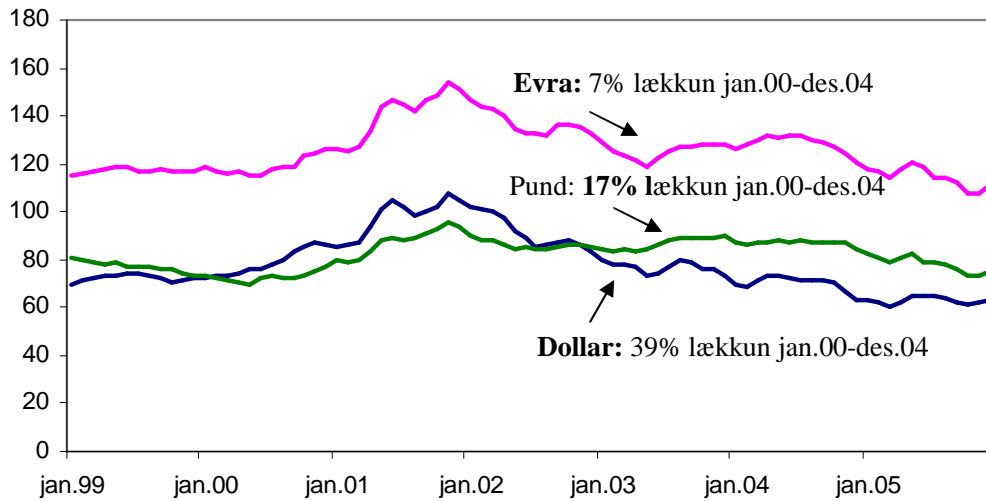
Mynd 2.5 Fjöldi erlendra ferðamanna eftir þjóðerni árin 1980-2000, þúsundir gesta.



Heimild: Ferðamálastofa

Líklegt má telja að hryðjuverkin 11. september 2001 hafi haft meiri áhrif á ferðavenjur Bandaríkjamanna en annarra þjóða, en að auki styrktist gengi krónu gagnvart dollars meira en gagnvart öðrum helstu gjaldmiðlum á síðustu árum. Svo sem mynd 2.6 ber með sér lækkaði gengi bandaríkjadollars gagnvart krónu um 39% á tímabilinu janúar 2000 til desember 2004, en á sama tíma lækkaði breska pundið um 17% og evran um 7%. Ólík gengisþróun skýrir þó vart nema hluta af þessari þróun, því að ferðamönnum frá Bretlandi hefur fjölgað meira en t.d. frá Þýskalandi á undanförunum árum þótt evra hafi haldið verðgildi sínu gagnvart krónu betur en pundið, svo sem fram kemur á myndinni. Aftur á móti gæti gengisþróun krónunnar skýrt a.m.k. að hluta hvers vegna minni aukning hefur orðið á ferðum bandarískra ferðamanna, en einnig má benda á breytingar á ferðatíðni íslenskra flugfélaga vestur um haf.

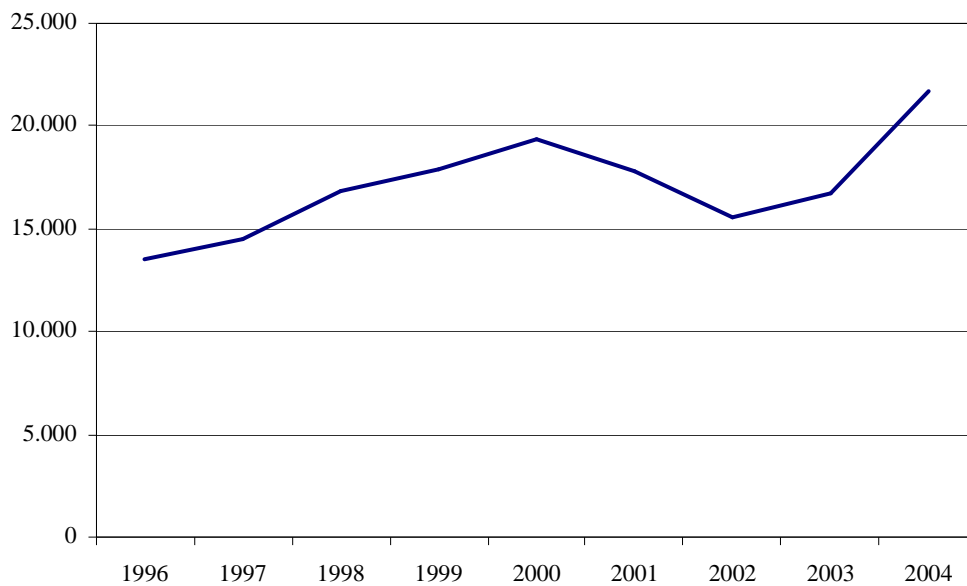
Mynd 2.6 Gengisþróun nokkurra gjaldmiðla árin 1999-2005.



Heimild: Seðlabanki Íslands

Á síðustu árum hefur framboð á flugferðum hingað til lands aukist verulega. Árið 1996 voru um 13.500 flughreyfingar, þ.e. komur og brottfarir, skráðir í áætlunarflugi á milli landa, en þeim hafði fjölgað í 21.600 árið 2004. Breska lággjaldflugfélagið Go flaug hingað frá Lundúnum nokkrum sinnum í viku árið 2001 og flugfélagið LTU flaug einu sinni í viku milli Egilsstaða og Düsseldorf með viðkomu í Keflavík árin 2002 og 2003. Snemma árs 2003 hóf Iceland Express reglulegar ferðir milli Keflavíkur og Lundúna og Kaupmannahafnar.

Mynd 2.7 Fjöldi áætlunarfluga til Íslands árin 1996-2004.



Heimild: Hagstofa Íslands

Framboð af gistirými á hótélum og gistiheimilum hefur jafnframt stóruaukið undanfarnin ár og getur það – ásamt tíðari ferðum í millilandaflugi – vafalítið skýrt hluta af auknum komum útlendinga til Íslands. Frá 2000 til 2005 fjölgaði herbergjum í boði um þriðjung. Mest var fjölgunin árin 2002 og 2005. Nýting herbergja breytist ekki mikið á árunum 1998 til 2004, en dalar þó heldur, þannig að samhengi helst milli framboðs og eftirspurnar á gistirými, þó að lítið verði fullýrt um orsakarsamhengi.

Tafla 2.1 Fjöldi hótela og herbergja árin 2000 - 2005.

	Fjöldi hótela	Fjöldi herbergja	Fjöldi rúma
2000	244	6.045	12.471
2001	249	6.200	12.690
2002	273	6.807	14.009
2003	281	7.330	14.948
2004	300	7.502	15.517
2005	328	8.046	16.728

Heimild: Hagstofa Íslands

Nýting herbergja á hótélum og gistiheimilum hefur þó ekki farið yfir 85% í einum mánuði á höfuðborgarsvæðinu undanfarnin ár. Þó er vel hugsanlegt að menn fái ekki það hótél sem þeir kjósa, eða að þeim sé vísað á gistiheimili í stað hótels. Á landsbyggðinni hefur staðsetning hótela líklega meiri áhrif á straum ferðamanna.



Alþjóðlegum fundum og ráðstefnum fjölgaði ár frá ári fram til ársin 2000, en síðan hefur þeim fækkað nokkuð og fjöldinn sveiflast meira frá ári til árs. Þessar sviptingar síðustu ára koma vel fram í töflu 2.2. Árið 2000 sóttu um 17.100 manns ráðstefnur á Íslandi, árið eftir voru ráðstefnugestir 8.300 en síðan 13.700 árið 2002 og 13.200 árið eftir. Árið 2004 féll fjöldinn niður í 8.400, en í fyrra voru ráðstefnugestir orðnir 15.000.

Tafla 2.2 Ráðstefnur hér á landi og fjöldi gesta árin 1993-2005.

Tímabil	Fjöldi ráðstefna og funda	Þátt-takendur	Meðal-fjöldi	Aukning	% af ferðamönnum
1993	64	5.416	85		3%
1994	49	8.710	178	61%	5%
1995	65	9.579	147	10%	5%
1996	85	12.023	141	26%	6%
1997	84	10.184	121	-15%	5%
1998	118	10.487	89	3%	5%
1999	118	12.836	109	22%	5%
2000	139	17.109	123	33%	6%
2001	62	8.324	134	-51%	3%
2002	64	13.675	214	64%	5%
2003	101	13.181	131	-4%	4%
2004	51	8.415	165	-36%	3%
2005	74	14.998	203	78%	4%

Heimild: Anna Valdimarsdóttir, Ferðamálastofu, tölvupóstur.

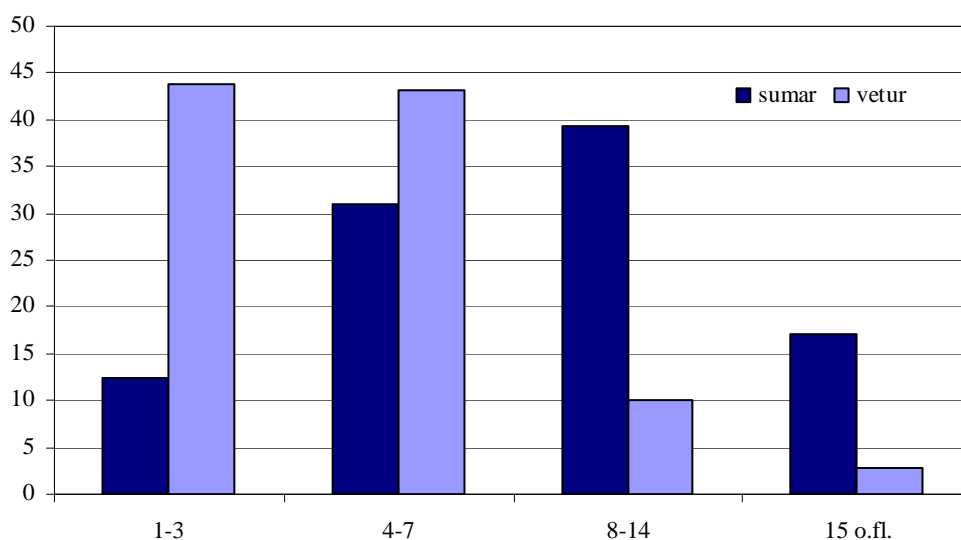
Stjórnvöld hafa lengi komið að allri almennri kynningu á landi og þjóð í útlöndum. Nokkrum sinnum hefur verið sett fé aukalega í kynningarátak erlendis. Árin 1994/1995 og 1999/2001 voru settar sérstaklega 50 milljónir í kynningarátak og árin 2002 til 2005 voru lagðar 650 milljónir króna aukalega í kynningu á Íslandi erlendis.<sup>3</sup> Vafalaust má rekja hluta af auknum ferðum útlendinga til Íslands á síðustu árum til þessara landkynningarátaka, en illmögulegt er að gera sér glögga grein fyrir hversu stóran hluta þess aukna áhuga megi rekja til kynningarátakanna.

<sup>3</sup> Magnús Oddsson, tölvupóstur.

### 2.3 Dvalarlengd erlendra ferðamanna

Erlendir ferðamenn dveljast að jafnaði aðeins fáeina daga hérlandis. Yfir sumarið 2004 dvaldist hver ferðamaður hér á landi í rúmar 10 nætur að meðaltali, en algengast var að menn dvöldust í 7 nætur, samkvæmt könnun Ferðamálaráðs. Rúmlega 40% voru í viku eða skemur, en 15-20% voru í tvær vikur eða lengur. Yfir vetrarmánuðina (september til maí) er meðaldvölin fimm nætur, en algengast var að ferðamenn stoppuðu í þrjár nætur. Nær níu af hverjum tíu ferðamönnum dvöldust í viku eða skemur á landinu og einungis 3% lengur en tvær vikur.

Mynd 2.8 Dvalarlengd erlendra ferðamanna. Hlutfall ferðamanna sem gisti tiltekinn fjölda náttu.



Heimild: Ferðamálastofa

Litlar breytingar virðast hafa orðið á dvalartíma ferðamanna á Íslandi á síðustu árum. Að sumarlagi hefur meðaldvalartíminn verið um 10 nætur allt frá 1997 til 2004. Frá 1998 hefur meðalfjöldinn sveiflast í kringum fjórar nætur að vetrarlagi og er munur á milli ára vart tölfræðilega marktækur.<sup>4</sup>

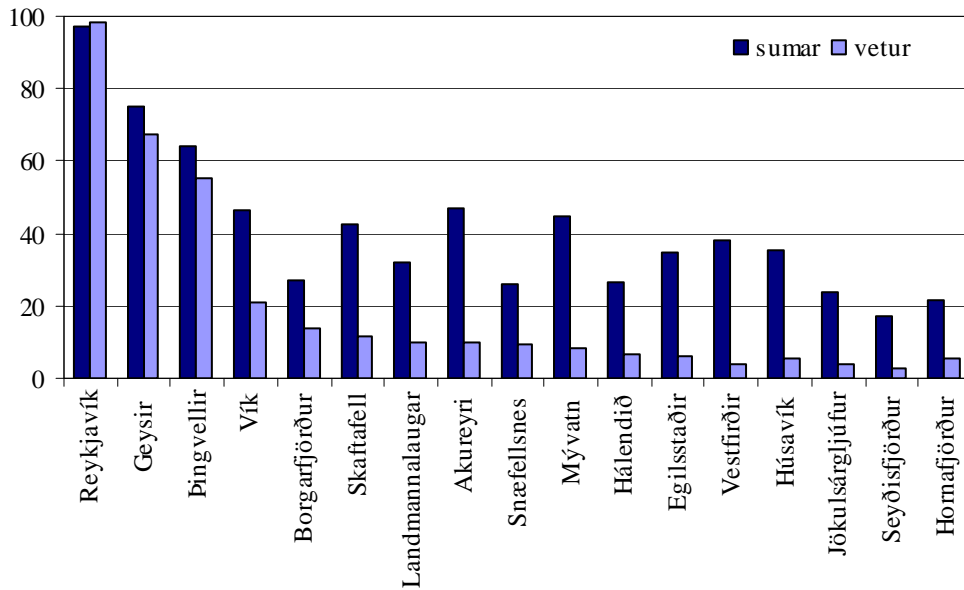
<sup>4</sup> Meðalfjöldi gistinátta er fundinn með því að deila heildarfjölda gistinátta erlendra ferðamanna niður á fjölda heimsóknna.

## 2.4 Áfangastaðir erlendra ferðamanna

Ferðavenjur útlendinga hafa breyst nokkuð undanfarna áratugi. Fyrir tuttugu árum eða svo voru hringferðir með áætlunarbílum vinsælar, en nú fer fólk yfirleitt í ferðir á sérstaka áfangastaði og æ fleiri eru á bílaleigubílum. Auk þess að heimsækja höfuðborgina og láta margir sér nægja að skoða helstu staði í hóflegri akstursfjarlægð frá henni. Þótt sumir leggi leið sína fjær suðvesturhorninu er höfuðborgin og nágrenni hennar eftir sem áður langvinsælustu áningastaðirnir samkvæmt upplýsingum frá Ferðamálaráði. Á sumrin koma næstum allir erlendir ferðmenn til Reykjavíkur, þrír af hverjum fjórum að Geysi og yfir 60% segjast hafa farið til Þingvalla. Tæpur helmingur fer til Akureyrar og Mývatns. Skaftafell og Vík í Mýrdal eru einnig algengir áfangastaðir. Tæp 40% fara um Vestfirði og rúm 30% spóka sig í Landmannalaugum. Tæp 20% koma til Seyðisfjarðar. Þar hafa ferðir Norrænu sitt að segja, en yfir allt árið koma rúm 2% erlendra ferðamanna hingað til lands með henni.

Nánast allir sem heimsækja Ísland yfir vetrarmánuðina koma til Reykjavíkur, ríflega helmingur erlendra gesta heimsækir Geysi og Þingvelli, rúm 20% halda austur til Víkur í Mýrdal og nálega 15% upp í Borgarnes. Skaftafell, Landmannalaugar, Akureyri, Snæfellsnes og Mývatn draga að sér 8-10% gesta, og um 7% halda upp á hálendið eða austur til Egilsstaða, sumir vafalítið til að skoða umhverfi Kárahnjúkavirkjunar.

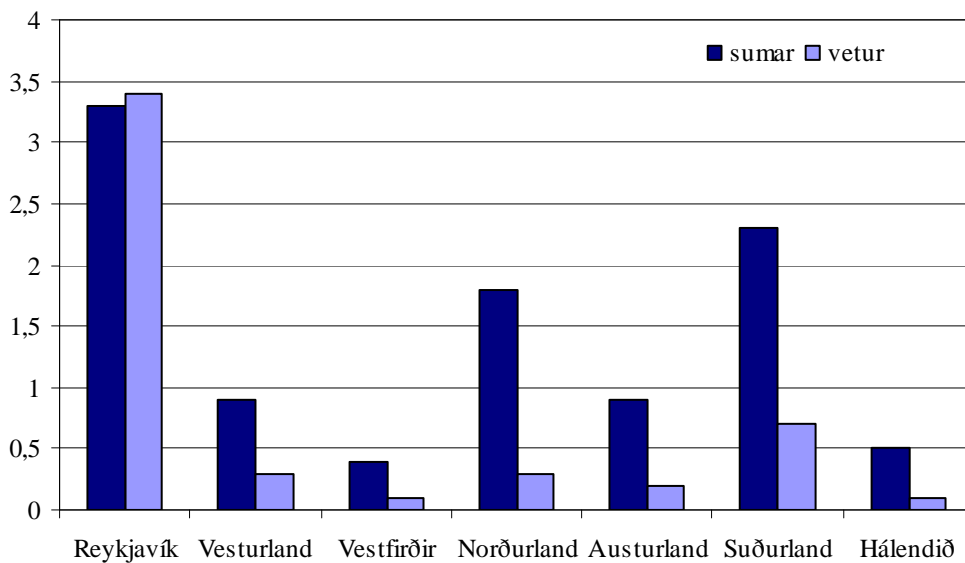
Mynd 2.9 Þeir staðir sem oftast voru heimsóttir af erlendum ferðamönnum 2004-2005. Hlutfall erlendra ferðamanna sem heimsótti viðkomandi staði meðan á Íslandsdöl stóð.



Heimild: Ferðamálastofa

Í spurningakönnun Ferðamálaráðs sumarið 2004 kom í ljós að af þeim 10 nóttum sem útlendingar gistu á landinu voru þeir 3,3 að meðaltali í Reykjavík, en tæpar 7 annars staðar á landinu. Suðurland var vinsælasti landshlutinn, en Norðurland kom þar næst.

Mynd 2.10 Dvalarlengd erlendra ferðamanna eftir landshlutum, meðalfjöldi daga



. Heimild: Ferðamálastofa

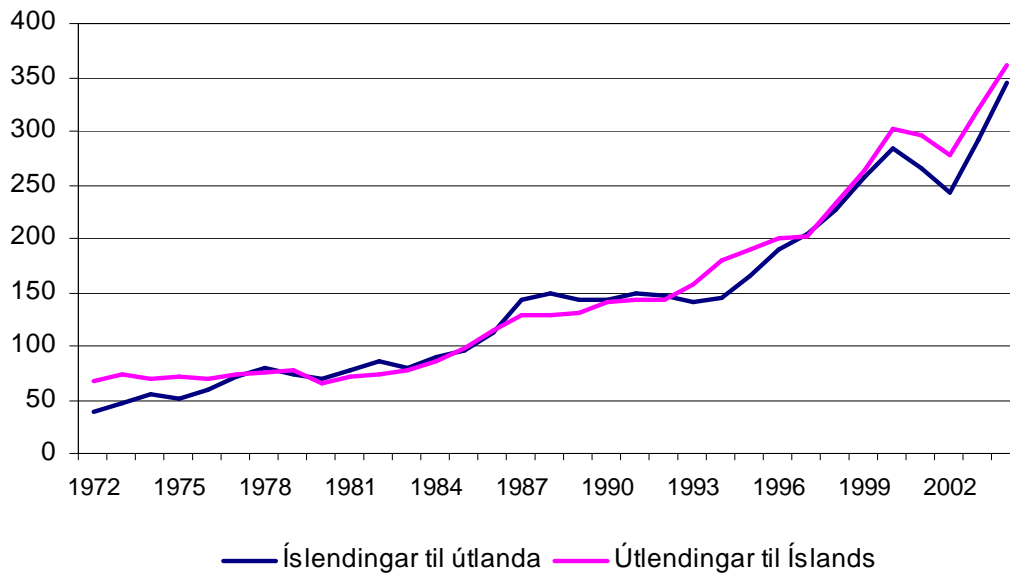
## 2.5 Ferðir Íslendinga

Líkt og fleiri þjóðir ferðast Íslendingar nú meira um heiminn en fyrir 30 árum og má nefna að árið 1972 fóru um 38 þúsund Íslendingar utan, en árið 2004 hafði fjöldi utanfara nífaldast í 345 þúsund. En það er ekki aðeins að landinn fari nú oftár út fyrir landsteinana, ferðir innanlands eru einnig orðnar mun algengari en áður. Betri vegir og bílar og almennari bílaeign hafa ýtt undir áhuga fleiri að ferðast um eigið land og í mörgum tilfellum virðist sem innanlandsferð sé raunverulegur valkostur við ferð til útlanda. Hér á eftir er fyrst fjallað um utanlandsferðir Íslendinga og síðan farið nokkrum orðum um ferðir þeirra innanlands.

### 2.5.1 Utanlandsferðir Íslendinga

Árið 1972 voru komur útlendinga til Íslands nálega tvöfalt fleiri en ferðir Íslendinga utan. Á næstu árum dró saman með ferðum útlendinga og Íslendinga og 1978 var svo komið að fleiri fóru héðan til útlanda en komu að utan. Í gegnum tíðina hefur þó fjöldi ferða Íslendinga til útlanda haldist nokkurn veginn í hendur við fjölda ferða erlendra ferðamanna til Íslands eins og sést á mynd 2.11. Ef til vill er það fyrst og fremst til marks um að sömu þættir hafa áhrif á ferðalög fólks til og frá landinu, svo sem tekjur, gengi, framboð flugferða og verð á fargjöldum. Þrjú frávík skera sig þó nokkuð úr. Á skattlausu árinu 1987 og fyrst þar á eftir voru ferðir Íslendinga heldur fleiri en útlendinga og á samdráttaskeiðinu um miðjan tíunda áratuginn ferðaðist landinn minna en erlendir ferðamenn. Loks er líklegt að gengislækkun krónunnar seinni hluta árs 2000 og 2001 hafi dregið úr ferðalögum Íslendinga.

Mynd 2.11 Fjöldi heimsóknna erlendra ferðamanna til Íslands og Íslendinga til útlanda árin 1972-2004.



Heimild: Ferðamálastofa og Hagstofa Íslands

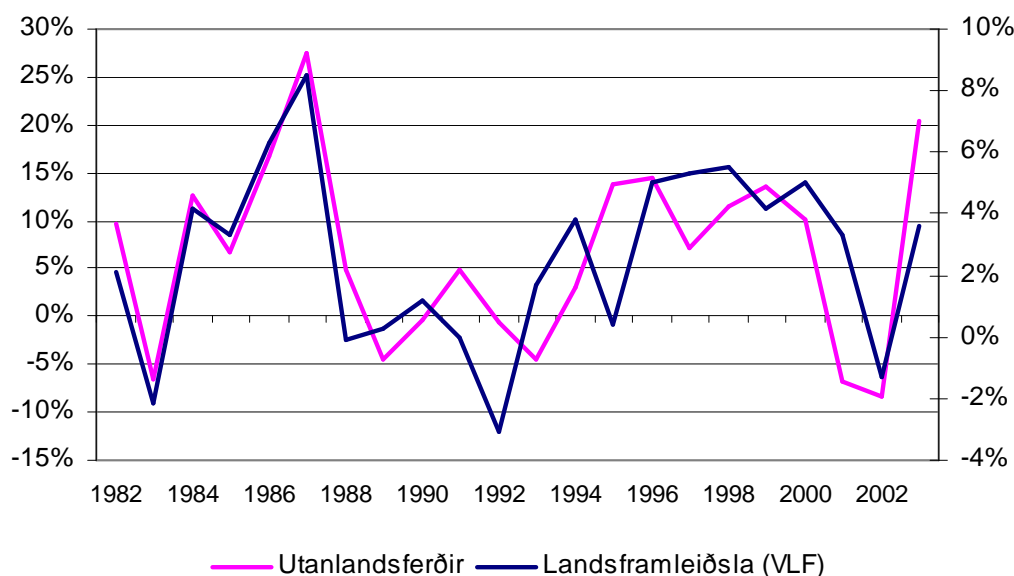
Hér er rétt að hafa í huga að þótt svo sumarleyfisferðir eða önnur frí séu stór hluti af ferðum Íslendinga til útlanda eru ferðir í viðskiptaerindum einnig snar þáttur í utanlandsferðum Íslendinga.<sup>5</sup> Í hagtölum er ekki greint á milli tilgangs ferða Íslendinga til útlanda, en gera má ráð fyrir að atriði á borð við tekjur og gengisþróun vegi misþungt í ákvörðun einstaklinga og fyrirtækja.

Að öllu öðru óbreyttu má gera ráð fyrir að fólk ferðist meira eftir því sem tekjur þess hækka og að gengislækkun krónunnar dragi úr ferðavilja erlendis. Söguleg þróun endurspeglar vel þessa staðreynd. Á mynd 2.12 getur að líta breytingar á fjölda utanlandsferða Íslendinga og vergri landsframleiðslu, þ.e. hagvexti, sem hér er notuð sem mælikvarði á tekjur. Glögglega má sjá að sterkt, jákvætt samband er á milli þessara breyta; ferðalög aukast þegar tekjur hækka og dragast svo aftur saman þegar rýrnar í pyngjunni. Þetta samband virðist þó aðeins riðlast um 1990 og síðan breytast eilítið á síðasta áratug. Þá lítur út fyrir að tekjur næsta ár á eftir hafi meiri áhrif á ferðavilja Íslendinga en tekjur sama árs. Til að mynda varð óvenjumikill samdráttur í utanlandsferðum árið 2001, en landsframleiðsla dróst mikið saman árið eftir. Enda

<sup>5</sup> Útlendingar koma vitaskuld einnig til Íslands í viðskiptaerindum þótt þær ferðir séu líklega hlutfallslega færri.

þótt þróun annarra ákvörðunarþátta, svo sem gengis, geti hér vitanlega átt hlut að máli, virðist eigi að síður sem ferðalangar hafi á þessum árum tekið að líta lengra fram á við áður en ákvörðun um ferð var tekin en þeir gerðu á níunda áratugnum.

Mynd 2.12 Breytingar á utanlandsferðum Íslendinga og vergri landsframleiðslu árin 1982-2003. Hlutfallstölur.

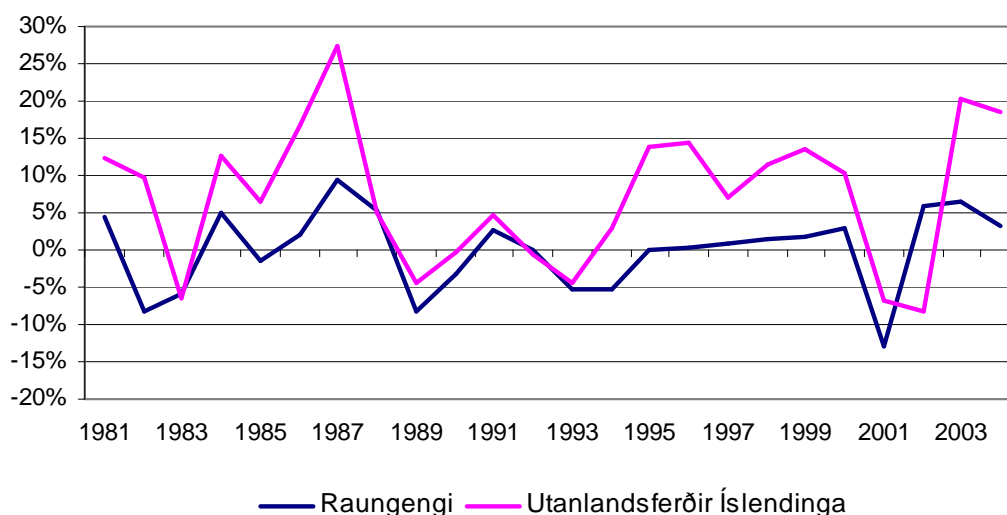


Heimild: Hagstofa Íslands

Til að kanna hvort sú fullyrðing að neytendur hafi breytt um hegðan var reiknuð einföld fylgni á milli breytinga á fjölda ferða og hagvaxtar árið eftir fyrir tvö tímabil, annars vegar árin 1982-1991 og hins vegar árin 1992-2003. Fylgni á fyrri tímabilinu mældist 0,08 og var tölfræðilega ómarktæk frá núlli, en á seinna tímabilinu var hún 0,69 og tölfræðilega marktæk. Þessar niðurstöður gefa ótvírætt tilefni til að ætla að neytendur hafi á síðasta áratug betur hugað að nánustu horfum þegar ákvarðanir voru teknar um ferðalög til útlanda, en þeir gerðu áratuginn þar á undan. Athuganir á þróun væntingarvísitölu Gallup staðfesta enn frekar þessar niðurstöður. Þessi vísitala hefur að vísu ekki verið reiknuð nema í nokkur undanfarin ár, en samkvæmt henni voru Íslendingar fremur svartsýnir árið 2002 en mun bjartsýnni næstu tvö ár þar á eftir. Sú bjartsýni virðist hafa leitt til þess að þeir ferðuðust meira til útlanda þau tvö ár en hið fyrsta þegar þeim leist miður vel á framtíðna.

Nokkuð skortir á haldbær gögn um sögulega þróun verðs á utanlandsferðum frá Íslandi þótt vitað sé að meira hafi boðist af ódýrum ferðum undanfarin ár en áður. Raungengisþróun gefur hinsvegar vísbendingar um sveiflur í kostnaði utanlandsferða þar sem hærra gengi leiðir til þess að utanlandsferðir verða ódýrari að öðru óbreyttu. Myndin að neðan sýnir enda að raungengislækkunar hafa haldist í hendur við samdrátt í fjölda utanlandsferða og öfugt. Þó ber að hafa í huga við túlkun myndarinnar að raungengi sveiflast gjarnan í takti við landsframleiðslu sem hefur jákvæða fylgni við báðar stærðirnar á myndinni. Engu að síður virðist óhætt að draga þá ályktun að raungengi hafi áhrif á ferðahegðun Íslendinga vegna þess hve lækkun krónunnar eykur ferðakostnað í íslenskum krónum talinn.

Mynd 2.13 Breytingar á utanlandsferðum Íslendinga og raungengi árin 1982-2003. Hlutfallstölur.



Heimild: Hagstofa Íslands og Seðlabanki Íslands

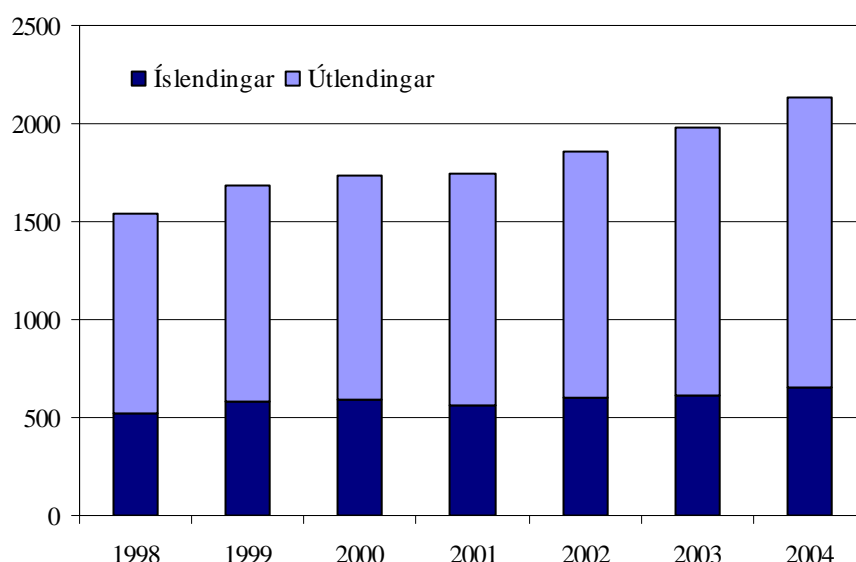
### 2.5.2 Ferðalög Íslendinga innanlands

Á undanförunum áratugum hefur mjög færst í vöxt að Íslendingar ferðist um eigið land og eyði sumarfrí sínu a.m.k. að hluta til heima fyrir. Bílaeign landsmanna er hlutfallslega ein sú mesta á heimi og betri vegir, brýr og jarðgöng hafa stýtt allar vegalengdir innanlands til muna. Þá eru bílar einnig þægilegri og neyslugrennri, auk þess sem sumar bifreiðar eru orðnar það vel búnar að hægt er að aka þeim um fjöll og firnindi, sumar jafnt sem vetur. Fyrir vikið hefur landið opnast betur ferðamönnum, innlendum jafnt sem erlendum.



Ferðir Íslendinga innanlands eru þó með nokkuð öðrum brag en til útlanda. Þar dvelja þeir lengstum á hótélum, en hér heima verða tjaldstæði, orlofsbústaðir og fjallaskálar allt eins fyrir valinu. Árið 1998 voru gistinætur Íslendinga á öllum tegunda gististaða innanlands samtals nálega 524 þúsund, en nóttum hafði fjölgað í 655 þúsund árið 2004. Hluttur Íslendinga í innlendri gistingu var þá rétt rúmur þriðjungur. Svo sem fram kemur á mynd 2.14 hefur þó hluttur útlendinga farið vaxandi á síðustu árum og var orðinn um 70% árið 2004. Það árið nam samanlagður fjöldi gistinóttu útlendinga nærri 1.480 þúsund nóttum og hafði aukist úr 1.017 þúsund nóttum sex árum áður.

Mynd 2.14 Fjöldi gistinóttu á öllum tegundum gististaða á Íslandi árin 1998-2004. Þúsundir gistinóttu.

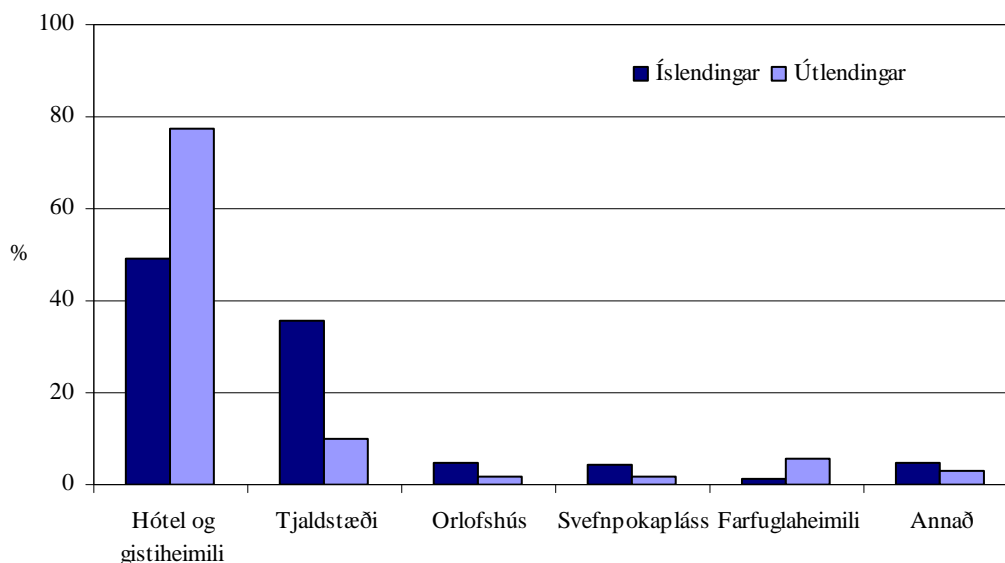


Heimild: Hagstofa Íslands

Verulegur munur er hins vegar á því hvar Íslendingar og útlendingar kjósa að dvelja á ferðum sínum innanlands. Árið 2004 voru nær átta af hverjum tíu gistinóttum útlendinga á hótélum eða öðrum gistihúsum, en Íslendingar gistu þar aðeins í annað hvert skipti. Ríflega 35% íslenskra gistinóttu voru á tjaldstæðum, en þar gisti aðeins tundi hver útlendingur. Um 5% innlendra ferðamanna gistu í orlofshúsum og rúm 4% í svefnpokaplássum. Farfuglaheimili voru aftur á móti vinsæl hjá útlendingum þar sem nálega 6% gistu. Þeir gististaðir sem Íslendingar velja eru alla jafna ódýrari en þeir sem útlendingar kjósa; meðaltekjur á hverja gistinótt eru því lægri þegar innlendir ferðamenn eiga í hlut.

Hafa verður í huga þegar þessar tölur eru skoðaðar, að gistinætur í sumarbústöðum í einkaeign, óopinberum tjaldstöðum og hjá vinum og kunningjum eru ekki taldar með. Stór hluti Íslendinga nýtir sér þessa kosti á ferðum sínum, einkum hefur sumarbústöðum í einkaeign fjölgað mikið.

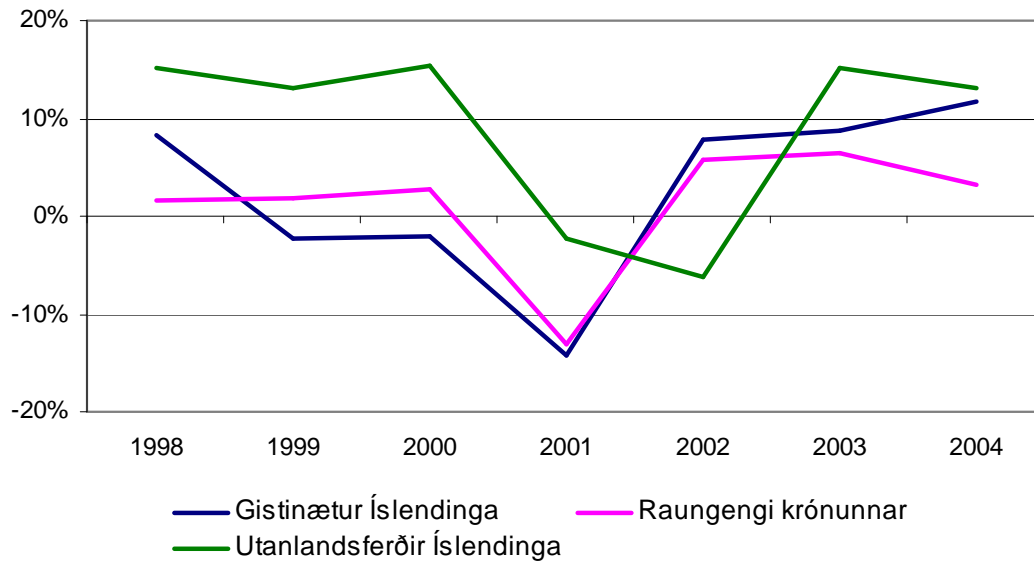
Mynd 2.15 Hlutfallsleg skipting gistinóttá á Íslandi árið 2004 eftir tegund gistingar.



Heimild: Hagstofa Íslands

Áhugavert er að velta fyrir sér að hve miklu leyti ferðir Íslendinga innanlands koma í stað ferða til útlanda; hversu mikil staðkvæmdin er á milli þessara tveggja áfangastaða. Sé svo mætti ætla að óhagstæð gengisþróun krónunnar gæti aukið áhuga á að ferðast um Ísland og sterkt gengi krónu aftur á móti ýtt undir utanlandsferðir. Þetta samband er kannað lauslega á mynd 2.16 sem sýnir breytingar á raungengi íslensku krónunnar á árunum 1998-2004 og breytingar á fjölda utanlandsferða Íslendinga og gistinóttá íslenskra ferðamanna innanlands. Á árunum 1998-2001 virðast breytingar á utanlandsferðum og gistinóttum hreyfast nokkurn veginn í takt, en árið 2002 – þegar krónan féll hratt – er greinilegt að Íslendingar hafa fremur kosið að ferðast um land sitt en halda utan. Þetta snýst svo aftur við árið eftir, þegar gengið tók aftur að styrkjast; þá aukast utanlandsferðir Íslendinga mun meira en gistinætur þeirra innanlands. Árið 2004 virðist bæði ferðir og gistinætur hafa aukist um áþekkt hlutfall.

Mynd 2.16 Breytingar á fjölda gistinguþátta Íslendinga innanlands, utanlandsferðum Íslendinga og raungengi árin 1998-2004. Hlutfallstölur.



Heimild: Hagstofa Íslands og Seðlabanki Íslands

Af mynd 2.16 mætti ráða að um einhverja staðkvæmd væri að ræða á milli ferða innanlands og til utan, en líklegt er einnig að fleiri þættir skipti hér máli og hafi jafnvel mun meiri áhrif en breytingar á raungegni. Svo sem bent var á hér að virðast breytingar á tekjum og væntingum hafa töluverða áhrif á það hvort ráðist sé í ferðir til útlanda og líklegt má telja að sömu þættir ráði miklu um valið á milli þess að ferðast innanlands eða utan og þann kostnað sem lagður er í ferð um Ísland.

### 3 Þýðing ferðaþjónustu fyrir Íslenskt hagkerfi

Í þjóðhagsreikningum ræðst mikilvægi atvinnugreina af því hvers mikill virðisauki verður til í viðkomandi greinum og hversu mörg störfín eru. Atvinnugrein sem fáir fást við getur því skilað jafnmiklu til þjóðarbúsins og atvinnugrein sem margir vinna við ef sá virðisauki sem verður til í fyrirnefndu greininni er miklu meiri en sá sem skapast í þeirri síðarnefndu. Áhrif á hagvöxt ráðast aftur á móti fyrst og fremst af þeirri framleiðni sem er ríkjandi í viðkomandi atvinnugrein; ef hún er umfram það sem gerist á öðrum sviðum hagkerfisins mun greinin leggja hlutfallslega meira til hagvaxtar og svo aftur minna ef framleiðni í atvinnugreininni er léleg. Þá skiptir einnig máli hvaða óbeinu áhrif á framleiðni viðkomandi grein hefur, svo sem nánar verður vikið að hér á eftir. Í þessum kafla er fyrst farið nokkrum orðum um mikilvægi ferðaþjónustu fyrir landsframleiðslu og útflutning og síðar rætt um áhrif hennar á hagvöxt.

#### 3.1 Hlutdeild í landsframleiðslu og útflutningi

Ólíkt ýmsum öðrum atvinnugreinum er skilgreining á því hvaða atvinnustarfsemi teljist til ferðaþjónustu ekki klippt og skorin heldur hefur Hagstofa Íslands farið þá leið að líta svo á að til ferðaþjónustu teljist tiltekið hlutfall af starfsemi ýmissa annarra atvinnugreina. Svo sem sýnt er í töflu 3.1 telst öll starfsemi ferðaskrifstofa og ýmis önnur ferðaþjónusta til ferðaþjónustu, 90% af starfsemi hótél og annarra gististaða, 80% af flugsamgöngum og 58% af landsamgöngum, en hlutur ferðaþjónustu í öðrum atvinnugreinum er lægri.

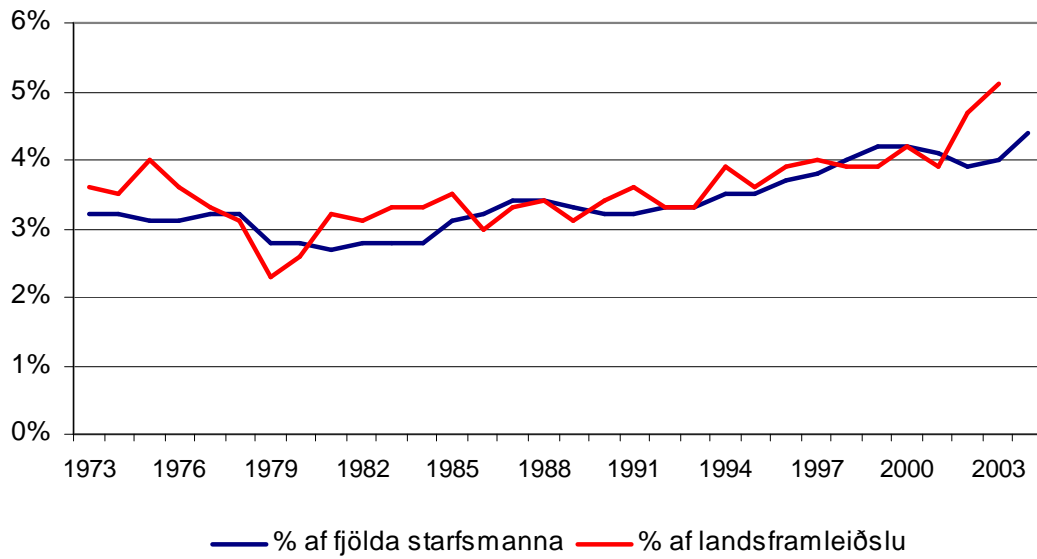
Tafla 3.1 Skilgreining Hagstofu Íslands á ferðaþjónustu.

Atvinnugrein	Hlutfall ferðaþjónustu í %
Blönduð smásala	18
Önnur smásala í sérvörslunum	5
Gjafavörverslun	18
Sportvörverslun	18
Hótel	90
Orlofshús, bændagisting, tjaldsvæði o.s.frv.	90
Veitingahúsarekstur	30
Krár, kaffihús, dansstaðir o.fl.	30
Akstur strætisvagna og áætlunarbíla	58
Akstur leigubíla	58
Aðrir farþegaflutningar á vegum	58
Samgöngur á sjó og vatnaleiðum	5
Flugsamgöngur	80
Ferðaskrifstofur og ýmis ferðaþjónusta	100
Bílaleiga	58
Tómstunda-, menningar- og íþróttastarfsemi	12

Heimild: Hagstofa Íslands

Mæld með þessum hætti hefur ferðaþjónusta verið talin leggja til um 3-4% af vergri landsframleiðslu síðastliðna áratugi, en þetta hlutfall hefur hækkað nokkuð hin síðustu ár. Það var 3,5-4% upp úr 1970, lækkaði síðan í 2,3% árið 1979, en var komið yfir 5% árið 2003. Svipuð þróun kemur í ljós þegar litið er til fjölda starfa. Árið 1973 fengust ríflega 3% við störf tengd ferðaþjónustu og þetta hlutfall var áþekkt fram á miðjan tíunda áratuginn. Síðustu ár hefur það hækkað lítillega og var komið í 4,4% árið 2004. Þá var fjöldi starfa í ferðaþjónustu farinn að nálgast 7000 ársverk.

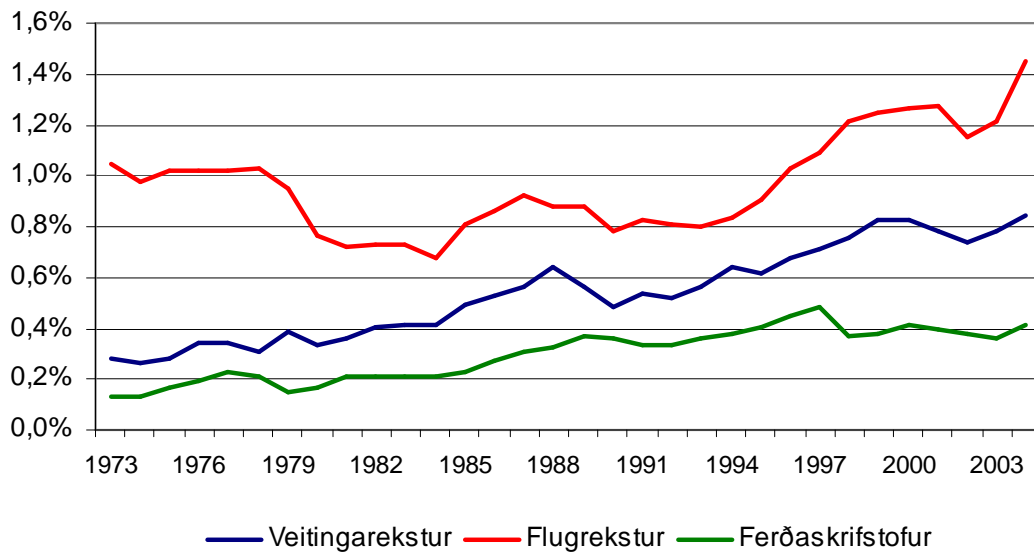
Mynd 3.1 Hluttur ferðaþjónustu í vergri landsframleiðslu og fjölda starfa.árin 1973-2004.



Heimild: Hagstofa Íslands

Þessi fjölgun starfa hefur einkum komið fram hjá veitingastöðum, ferðaskrifstofum og í flugrekstri. Mynd 3.2 sýnir hvernig hlutdeild þessara undirgreina ferðaþjónustunnar í heildar mannafla þróaðist á tímabilinu 1973-2004 en í lok tímabilsins náðu þær yfir 2,7% allra starfa á Íslandi. Hafa verður í huga að störf kunna að vera vantalin vegna svartrar atvinnustarfsemi sem mikið er um í veitingarekstri.

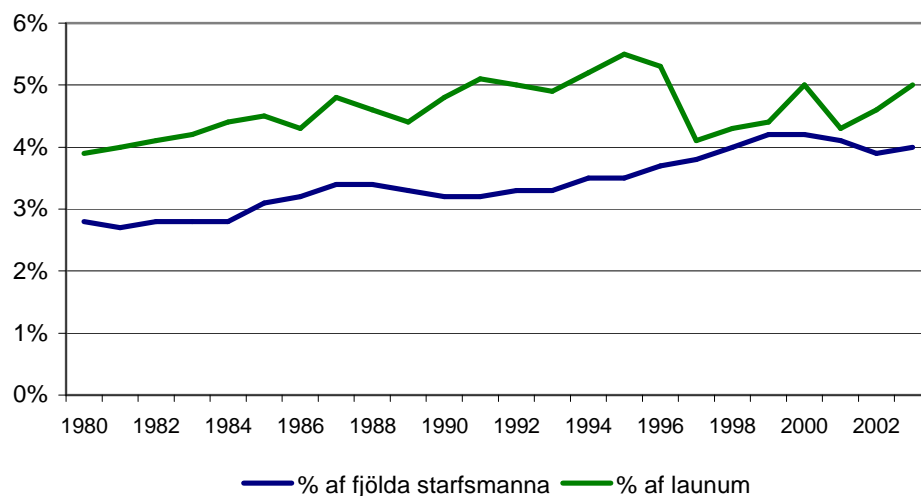
Mynd 3.2 Störf í nokkrum undirgreinum ferðaþjónustu. Störf í veitinga-, flug- og ferðaskrifstofurekstri, sem skilgreind eru sem störf í ferðaþjónustu, sem hlutfall af heildarfjölda starfa á Íslandi árin 1973-2004.



Heimild: Hagstofa Íslands

Á síðustu 25 árum virðast meðallaun í ferðaþjónustu lengstum hafa verið hærri en almennt á vinnumarkaði. Þetta kemur vel fram á mynd 3.3 sem sýnir hvernig hlutdeild ferðaþjónustu í heildarlaunum hefur þróast frá árinu 1979. Framan af tímabilinu eru laun í ferðaþjónustu herra hlutfall af heildarlaunum í landinu en sem nemur hlutdeild ferðaþjónustunnar í heildarfjölda starfa; laun í ferðaþjónustu hafa þá verið hærri en annars staðar. Frá 1979 til 1994 óx hlutfallið úr 4% í 5,5% en síðan hefur það fallið nokkuð og færst nær hlutfalli greinarinnar í heildarfjölda starfa í landinu. Sennilegt er að hækkun launa í öðrum greinum hafi valdið þessari þróun. Á síðustu árum virðist þó sem störf í ferðaþjónustu hafi aftur orðið betur launuð.

Mynd 3.3 Hlutdeild ferðapjónustu í heildarfjölda starfsmanna og heildarlaunum árin 1980-2003.



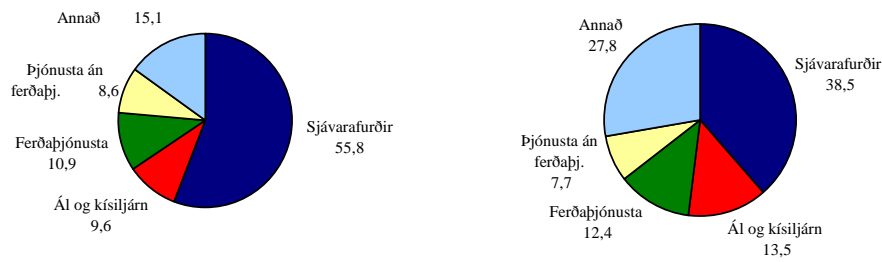
Heimild: Hagstofa Íslands

Meðalatvinnutekjur í hótél- og veitingarekstri eru lágar, eða um 60% af meðaltalstekjum hér á landi. Tekjurnar eru einungis lægri í landbúnaði, af þeim atvinnugreinum, sem gefnar eru upp í yfirliti Hagstofunnar. Hér er um að ræða öll laun, að meðtöldum yfirvinnu- og vaktagreiðslum, en vinnutími er mjög sérstakur í þessari grein, sem kunnugt er. Í samgöngum og flutningum eru atvinnutekjur hins vegar 7-12% hærri en að meðaltali á landinu árin 1998 til 2004. Tekjur í flugi eru yfirleitt hærri en gengur og gerist í öðrum atvinnugreinum á Íslandi.

Enda þótt ferðapjónusta teljist ekki leggja til nema 4-5% af vergri landsframleiðslu er vægi greinarinnar mun meira þegar litið er til útfluttrar vöru og þjónustu. Við byrjun 21. aldar var ferðapjónusta þriðja stærsta útflutningsgrein Íslendinga á eftir útflutningi á sjávarafurðum og áli og kísiljárn. Árið 2004 námu tekjur af ferðapjónustu ríflega 12% af útfluttri vöru og þjónustu, en þetta hlutfall hefur verið 11-13% síðastliðinn áratug.



Mynd 3.4 Útflutningur vöru og þjónustu eftir atvinnugreinum árin 1990 og 2004.



Heimild: Hagstofa Íslands

### 3.2 Framleiðni og ferðaþjónusta<sup>6</sup>

Svo sem nefnt var hér að framan getur ferðaþjónusta haft bæði bein og óbein áhrif á framleiðni og þar með hagvöxt. Þessum áhrifum má skipta í eftirfarandi þætti:

**Bætt framleiðni vinnuafls:** Sköpun nýrra starfa í ferðamannaþjónustu sem gefur fólki tækifæri til að afla sér hærri tekna en ella hefði orðið, að gefinni menntun, búsetu og starfsþjálfun.

**Bætt framleiðni einkafjármagns:** Aukin nýtni fastafjármuna vegna meiri veltu hjá fyrirtækjum sem tengjast ferðaþjónustu með beinum eða óbeinum hætti, svo sem þjónustu-, flutninga- og afþreyingarfyrirtækja. Utan við höfuðborgarsvæðið eru margs konar mannvirki, t.d. skólar og félagsheimili, sem eru mjög vannýtt af íbúum. Ennfremur kann staðbundið atvinnuleysi eða önnur vannýting vinnuafls að vera til staðar á ákveðnum svæðum.

**Bætt framleiðni opinbers fjármagns og innviða:** Hlutdeild í kostnaði vegna notkunar innviða íslensks þjóðfélags, svo sem samgöngumannvirkja, sem kemur fram með beinum og óbeinum hætti til íslenska ríkisins. Hagræðið kemur einkum fram ef notkun landsmanna sjálfra er fremur lítil og aukinn fjöldi notenda tefur ekki fyrir þeim sem þegar nýta sér umferðarmannvirkin.

<sup>6</sup> Í þessu kafla er stuðst við Hagfræðistofnun (2003).

***Sterkari grundvöllur fyrir sérhæfingu og fjölbreytni:*** Sérhæfing eða nýbreytni af einhverjum toga krefst ákveðins lágmarksfjölda af viðskiptavinum til þess að fastur kostnaður dreifist á nægilega margar einingar. Þjóðin er fámenn og hefur þess vegna takmarkað svigrúm til þess að skapa fjölbreytileika í verslun og þjónustu sem krefst fjárfestingar og byggir á stærðarhagkvæmni. Um leið og ferðamönnum fjölga skapast aukið svigrúm að þessu leyti. Verslunar- og þjónustufyrirtæki spretta upp sem þjóna heimamönnum en ættu ekki tilverugrundvöll ef ferðamenn væru ekki til staðar.

Vitanlega er erfitt að aðgreina þessa þætti vegna þess að framleiðni fjármagns og vinnuafns hljóta að tengjast saman að miklu leyti. Hins vegar er ljóst af þessu að þjóðhagslegur ábati ferðaþjónustu er mun meiri úti á landsbyggðinni þar sem nýting fjármuna er verri og fjölbreytni minni vegna fólksfæðar, heldur en í höfuðborginni.

## 4 Áhrif gengisbreytinga á ferðapjónustu

Í þessum kafla er ætlunin að kanna hvaða áhrif breytingar á gengi íslensku krónunnar hafi á íslenska ferðapjónustu. Fyrirfram mætti búast við því að þessi áhrif gætu verið margþætt og bæði bein og óbein. Í fyrsta lagi gæti vilji og geta útlendinga til að heimsækja Ísland ráðist að nokkru leyti af gengi krónunnar. Í öðru lagi kann sterk króna að draga úr eyðslu þeirra meðan á Íslandsdvöl þeirra stendur þegar mælt er í íslenskum krónum. Í þriðja lagi dragast tekjur innlendra aðila saman þegar krónan er sterk og þjónusta er verðlögð í erlendri mynt. Í fjórða lagi getur hluti af kostnaði fyrirtæka í ferðapjónustu, rétt eins og öðrum atvinnurekstri, verið gengisbundinn og því breyst í takt við hræringar á gengi krónunnar. Í fimmta lagi getur sterk króna ýtt undir ferðalög Íslendinga til útlanda og þar með dregið úr þeim tekjum sem innlendir aðilar hafa af íslenskum ferðamönnum. Hér á eftir er nánar vikið að þessum ólíku áhrifum og rætt um hvernig fyrirtæki geta brugðist við þeim vanda sem gengissveiflur geta valdið. Áður en lengra er haldið er þó rétt að víkja að samhengi gengis og afkomu.

### 4.1 Afkoma og raungengi

Nokkuð skiptir í tvö horn þegar afkoma í ferðapjónustu á tímabilinu 1997-2003 er skoðuð. Rekstur hótela og samgangna á landi er tiltölulega stöðugur, en miklar sveiflur eru í rekstri veitingahúsa og samgangna á sjó og í lofti. Rekstrarafkoma veitingahúsa, þ.e. hagnaður fyrir fjármagnsliði, versnar mikið árið 1999 og er undir núlli öll árin eftir það. Miklar sveiflur voru á gengi krónunnar á árunum 1997 til 2003 og því erfitt að kenna því um bágan rekstur staðanna allan þennan tíma. En þegar horft er á efnahagsreikninga atvinnugreina sést að eignir matsölustaða hafa stækkað mun meira en tekjur þeirra á þessum árum. Offjárfesting kann að eiga þátt í bágri afkomu þessara staða undanfarin ár. Flugsamgöngur ganga illa árin 2000 og 2003 og samgöngur á sjó eru reknar með tapi árin 2000, 2002 og 2003. Öll þessi ár var gengi krónunnar með sterkara móti, þótt það væri þó lítið miðað við það sem síðar varð.

Tafla 4.1 Rekstarafgangur atvinnugreina árin 1997-2003 sem hlutfall af rekstartekjum.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Hótel	7,8	3,8	3,3	1,9	2,4	4,1	0,6	0,1
Orlofshús,bændagist,tjaldst.oph	14,3	13,4	6,5	6,6	8,1	6,9	4,0	7,3
Veitingahúsarekstur	5,4	3,0	-1,2	-3,5	-3,6	-3,1	-4,6	-1,9
Krár,kaffihús, dansstaðir o.fl.	4,3	6,3	-1,3	-2,1	-0,4	-2,5	-3,0	-1,9
Samg.á landi;flutn.með leiðslum	18,5	18,1	14,1	13,6	12,5	14,9	14,8	16,5
Aðrar samgöngur á landi	18,5	18,1	14,1	13,6	12,5	14,9	14,8	16,5
Akstur strætisv.og áætlunarbíla	-0,3	3,0	3,4	2,9	-1,3	1,5	1,8	7,4
Akstur leigubíla	39,8	39,7	27,0	30,6	25,8	33,5	32,3	35,2
Aðrir farþegaflutningar á vegum	12,6	13,5	7,1	4,9	6,3	9,1	6,2	1,9
Samgöngur á sjó og vatnaleiðum	5,0	6,1	1,8	-5,8	5,4	-6,4	-2,4	1,6
Flugsamgöngur	4,6	2,1	0,5	-3,5	-0,9	4,1	-2,7	-3,2
Áætlunarflug	3,2	1,5	0,8	-3,8	-0,9	9,3	-1,0	-2,2
Leiguflug og þjónustuflug	7,2	3,4	-0,5	-3,0	-0,9	-4,0	-5,7	-4,7
Ferðaskrifst.og ferðabjón ót.a.	3,5	3,1	-0,6	-5,7	-0,4	-0,4	-2,9	-0,6

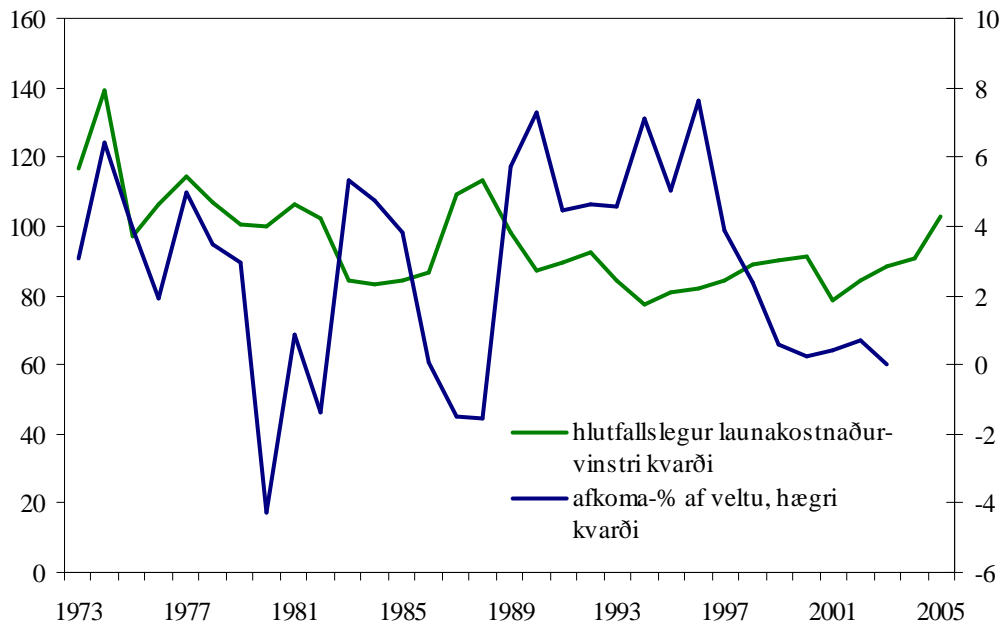
Heimildir: Hagstofa Íslands, eigin útreikningar.

Þrátt fyrir gengissveiflur hefur kaupmáttur launa hér á landi vaxið jafnt og þétt allt frá 1995. Kaupmáttaraukningin er líklega nálægt 50% á árunum 1995-2005.<sup>7</sup> Með auknum kaupmætti eykst eftirspurn eftir ýmis konar þjónustu, svo sem gistirými og veitingum. Sú varð einnig raunin á árunum 1992 til 1997 en samkvæmt athugun Hagstofunnar jókst hlutfall veitinga- og gististaða þá úr 4% af neyslu landsmanna í ríflega 5%. Síðan hefur hlutur þessarar þjónustu í neyslu haldist óbreyttur. Landsmenn eyða um 2% af neyslufé sínu í flutninga, þ.e. ferðir í flugi, á sjó eða með leigubílum, rútum og strætisvögnum. Hlutfallið jókst hægt til 2002, en hefur dalað heldur síðan og kann þar lækkað verð á utanlandsferðum að ráða nokkru.

Á mynd 4.1 má sjá hlutfallslegan launakostnað á Íslandi og í viðskiptalöndunum. Þessi tala er stundum nefnd raungengi á mælikvarða launa. Þegar krónan hækkar eða verð hækkar meira hér á landi en annars staðar hækkar talan. Jafnframt sýnir myndin afkomu veitinga- og gistihúsa, sem hlutfall af rekstrarkostnaði. Þegar litið er á afkomu veitinga- og gistihúsa saman og raungengi krónunnar á mælikvarða launa má sjá nokkurt samband þar á milli. Á árunum 1987 til 1988 var raungengi krónunnar hátt og afkoma slæm í veitinga- og hótélrekstri. Þegar raungengið hækkaði í lok tíunda áratugarins og aftur eftir 2001 versnaði afkoman aftur.

<sup>7</sup> Sjá Sigurður Jóhannesson (2005).

Mynd 4.1 Afkoma og hlutfallslegur launakostnaður veitinga- og gistihúsa árin 1973-2004.



Til að meta þetta samband á milli raungengis og afkomu er hér notuð svokölluð aðfallsgreining sem felst í því að skýra breytileikann í háðu breytunni – hér afkomu – með breytingum í óháðu breytunni sem hér er raungengi mæld sem breytingar í hlutfallslegum launakostnaði. Aðfallsgreiningin bendir til þess að afkoma versni um 0,2% af rekstrartekjum þegar raungengi á mælikvarða launa hækkar um eitt stig. En afkoman virðist vera fljót að laga sig að gengisbreytingum, því að áhrifin jafnast út á tveimur árum. Þá er töluverða tregða í afkomunni. Þegar afkoma batnar um 1% af rekstrartekjum batnar afkoman árið eftir um ríflega 0,6%. Allar breyturnar teljast hafa marktæk áhrif og þessar þrjár breytur skýra 65% af breytileika í afkomu hótela og veitingahúsrekstrar.

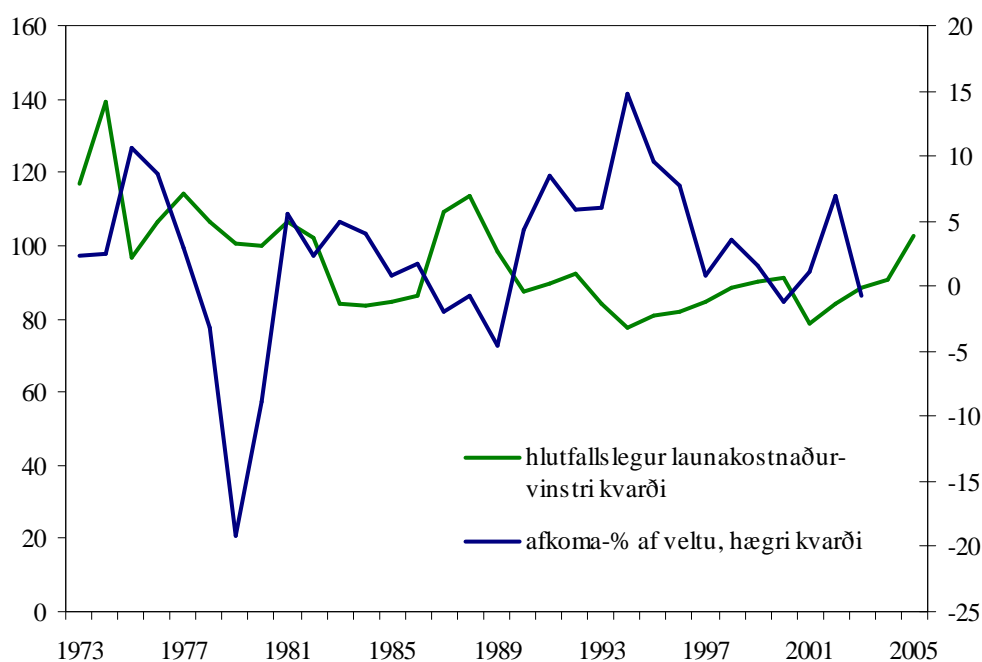
Tafla 4.2 Afkoma hótela og veitingahúsa árin 1983-2003. Aðfallsgreining.

	Stuðull	Staðalfrávik	t-gildi	p-gildi
Fasti	-1,88	6,26	-0,29	0,77
Hlutfallslegur launakostnaður	-0,18	0,06	-3,17	0,01
Hlutfallslegur launakostnaður á fyrra ári	0,21	0,06	3,69	0
Afoma á fyrra ári	0,64	0,18	3,61	0

Fjöldi athugana 21. Skýringarhlutfall 65%

Mynd af afkomu flugrekstrar og raungengi á mælikvarða launa bendir einnig til þess að töluvert samhengi sé þar á milli. Afkoma er slök í lok níunda áratugarins þegar krónan er sterk, en hún batnar með fallandi raungengi eftir það. Árið 1994, þegar raungengi krónunnar er með lágsta móti, er afkoma flugfélaga upp á sitt besta.

Mynd 4.2 Afkoma og hlutfallslegur launakostnaður í flugrekstri árin 1973-2004.



Aðfallsgreining bendir til þess að afkoma flugfélaga versni um 0,24% af rekstrartekjum þegar raungengi á mælikvarða launa hækki um eitt prósent. Heldur minni tregða er í afkomunni en í rekstri hótela og veitingastaða. Ef afkoman batnar um eitt prósent af rekstrartekjum má búast við að afkoman verði 0,3% skárrí en ella árið á eftir. Þessi breyta er reyndar ekki tölfræðilega marktæk. Raungengið er eina breytan sem telst hafa marktæk áhrif á afkomuna. Jafnan í heild skýrir 41% af breytileika í afkomu flugfélaga.

Tafla 4.3 Afkoma flugfélaga árin 1983-2003. Aðfallsgreining.

	Stuðull	Staðalfrávik	t-gildi	p-gildi
Fasti	24,67	11,82	2,01	0,05
Hlutfallslegur launakostnaður	-0,24	0,11	-2,11	0,05
Hlutfallslegur launakostnaður á fyrra ári	-0,01	0,12	-0,12	0,91
Afoma á fyrra ári	0,29	0,23	1,22	0,24

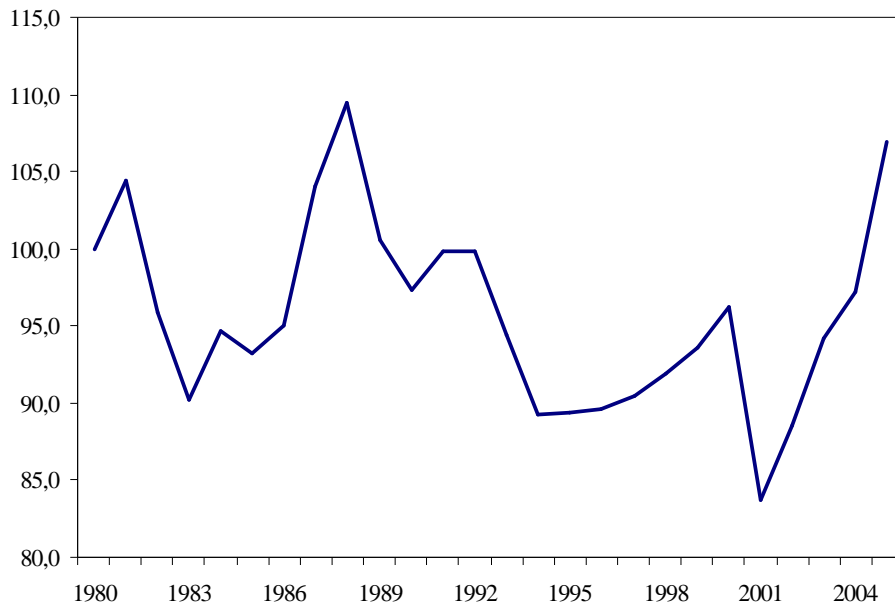
Fjöldi athugana: 21. Skýringarhlutfall 41%.

## 4.2 Samkeppnisstaða Íslands

Ákvörðun einstaklings um hvaða land skuli næst sækja heim getur ráðist af fjöldamörgum þáttum. Landkynning, umfjöllun í fjölmiðlum og umtal vina og kunningja sem og framboð á ferðum og gistirými skiptir vitaskuld máli, ekki síður en hagrænir þættir á borð við tekjur viðkomandi, almennt efnahagsástand og væntingar, verð á fargjaldi og kostnaður við að ferðast og dvelja í viðkomandi landi. Hér verður hugað nánar að síðasttalda atriðinu; samkeppnisstöðu Íslands.

Verðlag á Íslandi er núna með hæsta móti miðað við verðlag í öðrum löndum. Samkvæmt mælingum Seðlabankans hefur verðlag á Íslandi ekki verið hærra en það varð 2005 miðað við viðskiptalöndin undanfarinn aldarfjórðung, að árinu 1988 einu undanskildu. Þetta hlutfall er kallað raungengi á mælikvarða verðlags. Sveiflurnar í raungengi eru mjög hraðar. Gengi krónunnar hrapaði frá 2000 til 2001 og raungengið var í algjöru lágmarki árið 2001. Næstu fjögur ár hækkaði raungengið um rúman fjórðung.

Mynd 4.3 Þróun raungengis íslensku krónunnar á mælikvarða verðlags árin 1980-2005.  
Vísitala: 1980=100.



Heimild: Seðlabanki Íslands.

Lítum þessu næst á þau lönd sem hugsanlega mætti telja helstu keppinauta Íslands um erlenda ferðamenn um þessar mundir. Í könnun Ferðamálaráðs Íslands meðal erlendra ferðamanna, sem gerð var á tímabilinu september 2004 til maí 2005, kom fram að Bandaríkin og Kanada eru þó lönd sem ferðamenn, sem sóttu Ísland heim, hefði þótt líklegast að fara til ef af Íslandsferð hefði ekki orðið. Bretland og Írland komu þar næst á eftir, en fjórði hver ferðamaður sagði að eitthvert þessara fjögurra landa hefði getað orðið fyrir valinu í stað Íslands. Næst á listanum komu síðan Noregur, Frakkland og Ítalía, og síðan Skotland og Grænland. Flest eru þessi lönd næstu nágrannar okkar, þannig að hugur þeirra ferðamanna sem komu til Íslands hefur greinilega staðið til ferðar á norðlægar slóðir. Einungis um 1% þeirra sem spurðir voru í könnuninni nefndi lönd í Austur-Evrópu, svo sem Pólland og Tékkland. Af þessu má draga þar ályktanir að Ísland sé fyrst og fremst að keppa við önnur lönd í Norður-Evrópu og Bandaríkjunum þar sem verðlag er fremur hátt og meira að segja sums staðar álíka hátt og hérlendis, svo sem í Noregi.

Tafla 4.4 sýnir hlutfallslegt verðlag einkaneyslu í nokkrum Evrópulöndum og Bandaríkjunum miðað við verðlag á Íslandi. Glögglega kemur fram að verðlag í löndum Austur-Evrópu er mun lægra en hérlendis, eða einungis um 40% af verðlagi



Íslenskrar landsframleiðslu og samkeppnisstaða Íslands er einnig erfið gagnvart löndum Suður-Evrópu. Árið 2005 var verðlag í þeim löndum sem tilgreind eru í töflu 4.4. hvergi hærra en á Íslandi, en áratug áður var verðlag í öðrum Norðurlöndum, Frakklandi, Þýskalandi og Sviss hlutfallslega hærra en hér. Þessa þróun má bæði rekja til mismunandi verðlagshækkana og gengisbreytinga.

Tafla 4.4 Verðlag landsframleiðslu í löndum OECD 1995-2005. Vísitala: Ísland=1.

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Tékkland								0,43	0,42	0,43	0,4
Ungvland								0,44	0,44	0,47	0,42
Ísland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Írland	0,88	0,91	0,91	0,87	0,87	0,82	0,96	0,94	0,95	0,94	0,83
Pólland								0,44	0,39	0,39	0,4
Bandaríkin	0,86	0,89	0,93	0,9	0,89	0,95	1,1	0,99	0,83	0,75	0,67
Bretland	0,85	0,87	0,95	0,94	0,93	0,91	0,99	0,91	0,85	0,87	0,76
Danmörk	1,32	1,31	1,2	1,15	1,08	0,98	1,1	1,06	1,06	1,06	0,93
Svíþjóð	1,14	1,23	1,14	1,07	1,01	0,95	0,99	0,96	0,95	0,94	0,81
Finnland	1,14	1,1	1,01	0,96	0,93	0,85	0,95	0,9	0,91	0,9	0,79
Frakkland	1,08	1,07	0,96	0,92	0,87	0,79	0,88	0,84	0,84	0,86	0,75
Sviss	1,46	1,44	1,23	1,18	1,15	1,06	1,24	1,15	1,08	1,04	0,9
Þýskaland	1,2	1,15	1,04	1	0,95	0,85	0,95	0,9	0,89	0,87	0,76
Portúgal	0,7	0,71	0,67	0,64	0,61	0,56	0,64	0,62	0,66	0,66	0,58
Spánn	0,81	0,83	0,76	0,73	0,69	0,64	0,73	0,69	0,7	0,71	0,64
Grikkland	0,73	0,76	0,73	0,69	0,67	0,6	0,68	0,63	0,64	0,66	0,58

Heimildir: OECD, eigin útreikningar. Þessum tölum er ætlað að gefa hugmynd mun á verðlagi frá einu landi til annars á hverju ári fyrir sig fremur en um verðbreytingar.

Hátt verðlag á Íslandi miðað við önnur lönd getur – að öðru óbreyttu – dregið úr ferðum hingað. Matur er óvída dýrari en hér, og áfengi sömuleiðis, en bílaleigubílar hafa að vísu lækkað í verði undanfarin ár. Þennan fróðleik má bæði fá frá þeim sem hingað hafa komið áður og hann er líka að finna í ferðamannabæklingum. Ætla má að þeir sem hyggja á för til landsins á eigin vegum viti þetta flestir, en þessir ferðamenn eru hugsanlega lítt næmir fyrir háu verðlagi og hátt raungengi hefur því vart mikil áhrif á ferðir slíks fólks. Um hópferðir gegnir nokkuð öðru máli. Ferðaskrifstofur sem skipuleggja þær horfa mjög á verð á hótélum og ferðum og hætt er við ferðir sem taldar eru of dýrar. Þá skiptir hlutfallslegt verðlag einnig miklu máli þegar ráðstefnum er valinn staður.

Af samtölum við aðila í íslenskri ferðaþjónustu að dæma má ráða að viðskiptavinir íslensku ferðaþjónustuaðila falli í tvo hópa hvað varðar næmni fyrir gengisbreytingum

og raunar verðbreytingum á ferðum hingað til lands yfir höfuð. Annarsvegar er um að ræða ferðamenn sem eru lítt næmir fyrir gengisbreytingum. Þeirra á meðal eru ferðamenn sem staðráðnir eru í að heimsækja landið einhvern tíma á lífsleiðinni og setja verð því ekki fyrir sig. Benda má á að tæplega 70% svarenda í fyrrnefndri könnun Ferðamálaráðs sögðu ekkert annað land en Ísland hafa komið til greina. Einnig fylla þennan flokk viðskiptaferðalangar en rannsóknir hafa sýnt að eftirspurn eftir viðskiptaferðum milli landa er mjög ónæg gagnvart verðbreytingum.<sup>8</sup> Sá hluti ferðaþjónustumarkaðarins sem næmastur er fyrir verði og þar með gengi eru hinsvegar svonefndar hvataferðir. Slíkar ferðir ganga út á að selja fyrirtækjahópum pakkaferðir þar sem upplifun, s.s. í jöklasafarí, er höfuðatriði. Á þessum markaði er því allt eins verið að keppa við eyðimerkursafarí í Sádí-Arabíu og fyrirtækin sem skipuleggja ferðirnar hika ekki við að velja ódýrasta kostinn. Einnig er sennilegt að ákvarðanir um ráðstefnuhald ráðist á svipuðum forsendum. Þeir sem sækja ráðstefnur eru ekki fyrst og fremst að kynna land og þjóð, heldur sækja þeir tiltekna þjónustu.

### **4.3 Raungengi krónunnar og útlendir ferðamenn**

Í kafla 2.1 hér að framan var vikið nokkuð að áhrifum breytinga á raungengi á komur erlendra ferðamanna til Íslands. Bent var á að enda þótt fyrirfram mætti ætla að neikvætt sambandi væri á milli þessara stærða virtust fyrirbyggjandi gögn ekki benda til þess að úr ferðamannastraumi til landsins drægi þegar raungengi krónunnar styrktist eða að hann ykist er raungengið veiktist. Hér er rétt að hafa í huga að raungegni krónu getur styrkst af tveimur ástæðum. Annars vegar vegna þess að verðlag innanlands hækki meira en verðlag utanlands, og hins vegar ef nafngengi krónunnar styrkist. Raungengi getur þar af leiðandi hækkað enda þótt nafngengi standi í stað ef verðlag hækkar meira innanlands en utan.

Til að kanna þetta sambengi frekar var notuð aðfallsgreining og rannsakað hvaða áhrif raungengi, olúverð og hagvöxtur í hverju landi fyrir sig hefðu á komur ferðamanna til landsins. Athugunin náði til tímabilsins 1982-2004.

---

<sup>8</sup> Sjá Kanadíska fjármálaráðuneytið (2004).

Tafla 4.5 Breytingar í fjölda ferðamanna frá sex löndum árin 1982 til 2004. Aðfallsgreining.

	Stuðull	Staðalfrávik	t-gildi	p-gildi
Fasti	2,8	0,99	2,82	0,01
Breyting í raungengi	0,03	0,29	0,12	0,91
Raungengi á fyrra ári	-0,61	0,22	-2,8	0,01
Breyting í olúverði	-0,08	0,03	-2,31	0,02
Breyting í landsframleiðslu	1,52	0,6	2,54	0,01

Allar tölur í lógariþmum. Fjöldi athugana: 126. Skýringarhlutfall 20%.

Niðurstöður gefa til kynna að þessar þrjár breytur – breytingar í raungengi, olúverði og landsframleiðslu viðkomandi ferðamanna – skýri einungis lítinn hluta af þeim breytingum sem orðið hafa á komum erlendra ferðamanna á þessu tímabili. Skýringarhlutfallið er 20%, en það þýðir að fjórir fimmtu hlutar af breytileika í fjölgun ferðamanna eru óskýrðir. Í ljós kom að breyting á raungengi á viðkomandi ári hafði tölfræðilega ómarktæk áhrif á breytingar á fjölda ferðamanna. Aftur á móti reyndist raungengi krónunnar árið á undan hafa marktæk áhrif, sem og breyting á olúverði og breyting á landsframleiðslu þess lands sem ferðamennirnir komu frá. Þegar vegið raungengi krónunnar árið á undan er 1% hærra fækkar ferðamönnum um líðlega hálf prósent að jafnaði. Þetta kemur nokkuð á óvart því svo sem fram kom í kafla 2.1 hér að framan ákveða flestir útlendingar ferðir sínar hingað með tiltölulega stuttum fyrirvara. Hér er rétt að hafa í huga að hin tölfræðilega athugun byggir á gögnum frá árunum 1982-2004, en trúlegt er að allt fram á síðustu ár hafi ferðamenn tekið ákvarðanir um Íslandsferð með lengri fyrirvara en þeir gera nú á tímum lággjaldaflugferða og Netpantana.

Verð á ferðum til landsins ræður nokkru um fjölda ferða hingað. Olúverð gefur vísbendingu um verð á flugmiðum, þó að margt fleira hafi þar áhrif og þá einkum samkeppnisaðstæður í flugi. Þegar olúverð í dollurum hækkar um 1% fækkar ferðum hingað um 0,1%. Gera má ráð fyrir að hærra olúverð hafi áhrif á flugferðir til annarra landa einnig og er óljóst hvort olúverðshækkarnir dragi meira eða minna úr ferðum hingað til lands en til annarra landa. Þá eru ferðalög til útlanda næm fyrir breytingum í tekjum samkvæmt tölfræðilíkaninu. Ferðalög eru munaðarvara. Þeim er frestað þegar tekjur dragast saman og þeim fjölgar mikið þegar tekjur aukast. Þegar landsframleiðsla í heimalandinu eykst um 1% fjölgar ferðum um 1,5%.

Þetta eru athyglisverðar niðurstöður. Breytingar á raungengi í ár hafa ekki nein marktæk áhrif á breytingar á fjölda ferðamanna sama ár, en aftur á móti breytingar á raungengi í fyrra. En eins og þegar hefur verið bent á taka langflestir ákvörðun um að koma til landsins með minna en fjögurra mánaða fyrirvara, og þeir eru trúlega ekki að velta fyrir sér hvernig gengið var í fyrra þegar þeir ákveða sig. Af þessu virðist því mega draga þá ályktun að breytingar á raungengi hafa tæpast ráðandi áhrif á það hvort ferðamenn koma til landsins eða ekki. Breytingar á olíuverði og landsframleiðslu í þeim löndum sem ferðamenn koma frá reynast vissulega hafa marktæk áhrif á ferðamannastraum til Íslands, en þar sem útskýringarmáttur líkansins er tiltölulega slakur er augljóst að taka þarf tillit til fleiri þátta en þeirra þriggja, sem hér hafa verið tilgreindir, þegar leitað er skýringa á því hvað ráði því hvort útlendingar komi til landsins. Þar má t.d benda á atriði eins og umfjöllun um landið í erlendum fjölmiðlum, Íslandskynningar og frásagnir vina og kunningja sem sótt hafa landið heim. Alþekkt er að slíkt umtal getur kveikt áhuga og dregið fólk til landsins. Aukið framboð af ódýrum flugferðum og meira gistirými virðist, svo sem áður var nefnt, hafa aukið eftirspurn eftir Íslandsferðum.

Fyrirfram mætti ætla að raungengi gæti bæði haft áhrif á fjölda ferðamanna og eyðslu þeirra meðan á dvöl þeirra stendur. Hér að framan komu fram vísbendingar um það að raungengi hafi ekki mjög sterk áhrif á það hvort útlendingar koma til landsins og sams konar greiningu má beita til að kanna hvaða áhrif raungengissveiflur hafa á eyðslu ferðamanna hér á landi mælda í bandaríkjadölum (sjá töflu 4.6). Þegar raungengi krónunnar hækkar um 1% eyðir útlendingur 2% fleiri bandaríkjadölum hér á landi en áður, samkvæmt þessu mati. Þetta er nokkuð í anda þess sem mátt hefði vænta, þ.e. að eftir því sem dýrara sé hlutfallslega hér á landi þurfi ferðamenn að auka neyslu sína í sínum eigin gjaldeyri talið til að kaupa sér gistingu, mat og aðra þjónustu og vörur. Hins vegar eru áhrifin sterkari en gera hefði mátt ráð fyrir. Enda þótt niðurstöðurnar séu tölfræðilega marktækar er ekki hægt að hafna þeirri tilgátu að eyðsla útlendinga breytist hlutfallslega jafnmikið og nemur hækkun raungengis, þ.e. að ef raungengið hækki um 1% muni eyðsla ferðamanna í erlendri mynt einnig aukast um 1%.

Tafla 4.6 Breytingar í eyðslu hvers ferðamanns, mældum í bandaríkjadöllum árin 1982-2004. Aðfallsgreining.

	Stuðull	Staðalfrávik	t-gildi	p-gildi
Fasti	0,04	0,02	2,42	0,03
Breyting í raungengi	2,06	0,6	3,56	0
Breyting í raungengi (-1)	-0,95	0,49	-1,94	0,07
Breyting í raungengi (-2)	1,38	0,5	2,74	0,01
Breyting í eyðslu (-1)	0,18	0,19	0,92	0,37

Allar tölur í lógariþmum. Fjöldi athugana: 22. Skýringarhlutfall 44%.

Neikvætt samband –virðist aftur vera á móti breytinga í raungengi árið á undan og eyðslu í ár. Hins vegar er jákvætt samband á milli breytingar í raungengi fyrir tveim árum og eyðslu nú.

#### 4.4 Hlutfall innlendra og erlendra gjaldmiðla í kostnaði og tekjum

Fyrirtæki sem selja afurðir sína erlendis eða þjónustu til erlendra ferðamanna afla iðulega hluta tekna sinna í erlendum gjaldeyri. Slík fyrirtæki geta lent í erfiðleikum ef alvarlegt misvægi er á milli þess hluta tekna sem er í erlendri mynt og þeim hluta kostnaðar sem til fellur í erlendum gjaldeyri.

Örðugt er að afla óyggjandi upplýsinga um hversu stór hluti kostnaðar og tekna er í erlendri mynt, en í þessari skýrslu var farin sú leið að ræða við ýmsa ferðaþjónustuaðila og spyrja þá út í ýmis atriði þessu lútandi. Niðurstöðurnar eru teknar saman í töflu 4.7.

Tafla 4.7 Hluttur erlendra mynta í kostnaði og tekjum ferðaþjónustuaðila og erlendar lántökur þeirra í ársbyrjun 2006.

	Hótel	Skipulagðar ferðir	Ferða- skrifstofur	Aætlunarbílar og bílaleigur	Flugfélög, millilandaflug
Hlutfall tekna í erlendum gjaldmiðlum	20%	Tvískipt; ýmist <25% eða >75%	91%	45% (25-60%)	65%
Hlutfall kostnaðar í erlendum gjaldeyri	Lítið f. utan lán og leigu fasteigna	Lítið utan lántöku	30%	45%	35-45%
Erlend lántaka?	Oftar en ekki	Helmingur svarenda	-	já	Já

Heimildir: Viðtöl Hagfræðistofnunar við ýmsa aðila í ferðaþjónustu.

Ferðaskrifstofur eru sá hluti ferðaþjónustunnar sem hefur stærstan hluta tekna sinna í erlendum gjaldmiðli og er áætlað að hlutfallið sé nálægt 90%. Aftur á móti fellur eingöngu um þriðjungur kostnaðar til í erlendri mynt og því er mikið misvægi þar á milli. Í flugrekstri eru erlendar tekjur um tveir þriðju hlutar allra tekna, en hlutfall erlends kostnaðar 35-45%. Allgott samræmi virðist vera hjá áætlunarbílafyrirtækum og bílaleigum á milli erlendra tekna og kostnaðar, en hjá hótelum er um fimmtungur tekna erlendum en erlendum kostnaður lítil sem enginn. Hjá þeim sem skipuleggja ferðir innanlands er áætlað að fjórðungur tekna sé að jafnaði erlendum, en dæmi munu um að þær séu allt að 90%. Alls má ætla að nálægt 45% af tekjum ferðaþjónustunnar sé í erlendum gjaldeyri. Á móti kemur að um fjórðungur kostnaðar ferðaþjónustufyrirtækja er í gjaldeyri. Eftir stendur að tekjur í gjaldeyri umfram kostnað eru um fimmtungur tekna ferðaþjónustunnar. Mest stendur út af í rekstri ferðaskrifstofa og hjá flugfélögunum.

Svo sem fram kemur í töflunni segjast sumir aðilar ekki hafa mikinn annan erlendan kostnað en gjöld vegna lántöku. Á undanförunum árum hefur víða í ferðaþjónustu verið ráðist í töluverðar fjárfestingar og margar þeirra eru fjármagnaðar að hluta eða öllu leyti með lántöku í erlendri mynt. Fjármagnskostnaður vegna þess mun því aukast ef gengi íslensku krónunnar lækkar.

Þá er rétt að taka fram að vegna þess hve Ísland er opið hagkerfi hafa breytingar á gengi krónunnar áhrif á almennt verðlag í landinu, en nokkur tími getur liðið þar til þau áhrif koma að fullu fram. Þess vegna mun gengislækkun hafa áhrif á öll fyrirtæki í ferðaþjónustu sem öðrum atvinnugreinum, þar sem lækkunin hefur áhrif á verð á almennri vöru og þjónustu og seinna meir einnig kauplag.<sup>9</sup>

#### ***4.5 Ferðir Íslendinga til útlanda***

Í kafla 4.2 hér að framan var bent á að verðlag á Íslandi væri hærra en víðast annars staðar og það drægi úr samkeppnisstöðu landsins. Sýnt var fram á að raungengi krónunnar hefur verið mun hærra en flestra annarra gjaldmiðla og það gæti verið einn

---

<sup>9</sup> Sjá Hagfræðistofnun (2005)

af þeim þáttum er máli skipta þegar erlendir ferðamenn væru að gera upp á milli áfangastaða.

Í töflu 4.4 var verðlag landsframleiðslu borið saman á milli nokkurra Evrópulanda og Bandaríkjanna til að sýna fram á samkeppnisstöðu Íslands gagnvart öðrum löndum, og í töflu 4.8 er farin svipuð leið, utan hvað núna sýna tölurnar verðþróun í hverju landi fyrir sig miðað við Ísland (þetta er með öðrum orðum raungengi gjaldmiðlanna á mælikvarða neysluverðs). Mest lækkaði verðlag frá 2001 til 2005 í Bandaríkjunum og Bretlandi, eða um 35-40%, og munar mest um lökkun gjaldmiðla þessara landa gagnvart krónunni. Meginlandsgjaldmiðlarnir hafa lækkað minna. Hlutfallslegt verðlag í öðrum Vestur-Evrópulöndum en Bretlandi lækkaði um nálægt 15% frá 2001 til 2005. Sömu sögu er að segja um Pólland, en hlutfallslegt verðlag í Tékklandi og Ungverjalandi hefur lítið breyst undanfarin ár. Fyrir íslenskan ferðamann er því nú orðið verulega freistandi að halda vestur um hafa eða til Bretlandseyja og það hafa líka margir Íslendingar gert á síðustu mánuðum og misserum.

Tafla 4.8 Verðbreyting neyslu í nokkrum Evrópulöndum miðað við Ísland árin 1995-2005.  
Vísitala: 2001=100

	Tékk-land	Ungverja-land	Pól-land	Banda-ríkin	Bret-land	Dan-mörk	Nor-egur	Sví-þjóð	Finn-land	Frakk-land	Þýska-land
1995				68,4	72,5	104,5	99	106,4	108,9	107,5	112,7
1996				70,9	74,8	103,8	98,5	114,8	105,5	107,9	109,5
1997				75,8	79,7	97,1	96,5	107,3	98,7	100,1	100,8
1998				76,1	80	96,1	91,1	103	96,2	98,8	98,9
1999				77,5	80,8	93,7	89,7	99,2	92,9	94,6	95
2000				83,7	85	86,6	85,4	94,5	86,2	86,9	86,8
2001	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2002	102,4	106	95,4	90,3	90	96,1	101	96,4	96,3	96,2	95,7
2003	97,2	103,6	80,7	76,4	75,6	97,2	96	98,4	96,9	97,6	96
2004	98,2	105,8	80,8	70,1	68,3	96,3	90,7	97,5	95,3	98,1	95,9
2005	100,1	103,5	85	63,9	61,6	86,5	85	85,6	84,9	88,4	86,5

Heimild: Hagstofan, Seðlabanki Íslands, eigin útreikningar. Byggt á samræmdri neysluverðsvísitölu, sem ætlað er að mæla verðbreytingar.

Til að kanna nánar hvaða áhrif raungengi hefur á utanlandsferðir Íslendinga var gerð aðfallsgreining, en nú var einnig tekið tillit til hagvaxtar í landinu. Á þann hátt var reynt að ráða í hvaða áhrif hærri tekjur hefðu á ferðafjölda landans. Athuginin náði til árána 1982-2005. Í ljós koma að bæði breytingar á raungengi og hagvöxtur reyndust

skýra hvers vegna ferðafjöldi Íslendinga breyttist og að líta varð bæði til breytinga á raungengi og hagvexti á yfirstandandi ári og árinu á undan. Þegar hlutfallslegt verðlag á Íslandi (raungengi) hækkar um 1% fjölgar utanlandsferðum á 2 árum um ríflega 1%. Þegar tekjur landsmanna aukast um 1% fjölgar utanferðum einnig um nálægt 1% á tveim árum. Það virðist sums sé vera fullkomin samsvörun til lengri tíma lítið á milli breytinga í tekjum og raungengi annars vegar og utanlandsferða hins vegar. Útskýringarhlutfall þessar fjögurra breyta er allgott, eða um 70% af sveiflum í utanlandsferðum Íslendinga á árunum 1982-2005.

Tafla 4.9 Fjölgun ferða Íslendinga til útlanda frá 1981 til 2004. Aðfallsgreining.

	Stuðull	Staðalfrávik	t-gildi	p-gildi
Fasti	0,04	0,02	2,32	0,03
Breyting í raungengi	0,64	0,23	2,88	0,01
Breyting í raungengi á fyrra ári	0,6	0,23	2,62	0,02
Hagvöxtur	1,23	0,39	3,17	0,01
Hagvöxtur á fyrra ári	-0,27	0,42	-0,64	0,53

Allar tölur í lógarípmum. Fjöldi athugana: 24. Skýringarhlutfall 68%.

#### 4.6 Viðbrögð við gengisáhættu

Fyrirtæki í ferðaþjónustu geta brugðist við gengisáhættu með ýmsu móti. Þau geta freistað þess að hafa betra samræmi á milli þess hluta kostnaðar og tekna sem er í erlendri mynt, reynt að ýta gengisáhættu yfir á næsta lið í sölukerfinni, t.d. innlenda ferðaheildsölu, eða notað afleiðuviðskipti til að draga úr gengisáhættu til skamms tíma. Hér verður farið nokkrum orðum um þessa þætti.

##### 4.6.1 Samræmi á milli innlendarar myntar og erlendra

Fyrirtæki sem hafa hluta kostnaðar og tekna í erlendri mynt geta freistað þess að breyta þeim hlutföllum þannig að betra samræmi sé á milli innlendarar og erlendra mynta. Þessi leið getur þó verið vandfarin af tveimur ástæðum. Í fyrsta lagi getur verið erfitt að breyta samsetningu kostnaðar vegna þess að suma framleiðsluþætti, einkum vinnuafli, er erfitt að kaupa erlendis frá. Algeng leið til að færa hluta kostnaðar yfir í erlenda mynt er að hafa lánsfé í erlendum gjaldeyri. Þegar gengi íslensku krónunnar styrkist, og erlendar tekjur dragast þar af leiðandi saman í krónum talið,



lækka um leið vaxtagreiðslur og afborganir af erlendu lánunum í íslenskum krónum talið. Misjafnt er þó hversu mikla möguleika fyrirtæki hafa í þeim efnum vegna þess hversu fjármagnskostnaður er misjafnlega stór útgjaldaliður þeirra á meðal. Til að mynda er nokkuð um að gististaðir leigi þær fasteignir sem notaðar eru til rekstrarins og verða lántökur því hverfandi hluti af kostnaði viðkomandi fyrirtækis. Sú lausn hefur hinsvegar í sumum tilvikum verið notuð að fasteignirnar eru leigðar í erlendri mynt. Það dregur úr áhættu í rekstri gististaðarins með svipuðum hætti og erlend lántaka myndi gera. Auk þess dregur úr áhættu eiganda fasteignarinnar ef hann fjármagnar sinn rekstur með erlendum lánunum.

Í öðru lagi geta fyrirtæki reynt að færa tekjur sínar úr erlendri mynt í krónur. Hér getur einnig verið við ramman reip að draga. Öll ferðaþjónustufyrirtæki eiga í raun í alþjóðlegri samkeppni, hvort sem starfsemi þeirra fer eingöngu fram innanlands eða einnig erlendis, en þau hafa sum hver möguleika á að færa verðlagningu sína úr erlendri mynt í krónur og ýta þannig gengisáhættunni á aðra, t.d. innlendar ferðaskrifstofur. Þessi leið er ófær fyrir þau fyrirtæki sem hafa starfsemi erlendis, svo sem flugfélög, sem þurfa að selja þjónustu sína í mynt viðkomandi lands.

#### **4.6.2 Gengisbreytingar og sölukeðja**

Hér áður var sölukeðjan frá ferðaþjónustufyrirtækinu til neytenda yfirleitt þannig að fyrirtækið seldi ferðir, gistingu eða aðra þjónustu til innlendar ferðaheildsölu, sem seldi áfram einstakar ferðir eða gistingu eða bjó til pakka sem seldur var á erlendum markaði, annað hvort til erlendar ferðaheildsölu eða beint til neytenda. Erlenda ferðaheildsalan sá að öðrum kosti um söluna til neytenda. Sölukeðjan var því þessi:

Ferðaþjónusta – Innlendir ferðaheildsali – Erlendur ferðaheildsali – Neytandi

Þetta fyrirkomulag hafði í för með sér að gengisáhættan lenti annað hvort á innlenda ferðaheildsalanum eða innlenda ferðaþjónustuaðilanum, þar eð erlendi aðilinn, hvort heldur var ferðaheildsali eða neytandi, greiddi fyrir ferðina í sinni eigin mynt. Nýleg gengisþróun hefur leitt til þess að innlend ferðaþjónustufyrirtæki hafa reynt að gefa upp verð gagnvart innlenda ferðaheildsalanum í krónum og því hafa íslenskar ferðaheildsölur í auknum mæli mátt bera gengisáhættuna. Eins og fram kom hér að

ofan eru um 90% af tekjum þeirra í erlendri mynt, en aðeins um þriðjungur kostnaðar. Innlendir aðilar hafa einnig freistað þess í auknum mæli að stytta sölukeðjuna með því t.d. að nota Netið í auknum mæli. Ferðaskrifstofur hafa enn sem komið er ekki nýtt sér möguleika á sölu beint til neytenda nema að litlu leyti, en aðrir aðilar gera mun meira af því að selja beint til erlendra ferðamanna og sumir, eins og t.d. flugfélögin, nota Netið mikið, svo sem fram kemur í töflu 4.10. Þessi þróun leiðir til þess að sölukeðjan styttest, auk þess sem svigrúm gefst til að lækka verð þegar heildarálagning minnkar með færri milliliðum. Ekki er síður mikilvægt að með þessu móti er hægt að færa verðlagningu úr erlendri mynt yfir í innlenda. Möguleikar þessir eru vitaskuld minni hjá aðilum sem eiga í stífri alþjóðlegri samkeppni, eins og t.d. flugfélögum, en betri hjá þeim sem selja skipulagðar ferðir, svo sem rútu-, hesta- eða hvalaskoðunarferðir.

Tafla 4.10 Gjaldmiðlar sem innlendir aðilar verðleggja þjónustu sína í og hlutfall beinsölu til neytenda af heildarsölu. Heimild: Viðtöl Hagfræðistofnunar.

	Hótel	Skipulagðar ferðir	Ferðaskrifstofur	Áætlunarbílar og bílaleigur	Flugfélög, millilandaflug
<b>Í hvaða gjaldmiðli er verðlagt?</b>	Yfirleitt krónum og evrum (dæmi um krónur eingöngu)	Alltaf í krónum en stundum einnig evrum	Evrur	Mest krónur	Gjaldmiðli markaðssvæðis
<b>% sölu til ferða skrifstofa eða annarra</b>	70%	75%	96-97%	-	60%
<b>% sölu beint til neytenda</b>	30%	25% (en dæmi um allt að 70%)	3-4%	-	40%
þar af netið...	8%	15%	vaxandi	-	30%
<b>Gjaldmiðla- varnir?</b>	Yfirleitt ekki notaðir framvirkir samningar, fremur erlend lántaka og jafnvel nýting hágengis til kaupa á aðföngum	Nei (þó dæmi um að fé sé geymt á erl.reikn.)	já	Nei	Framvirkir gjaldeyris-samningar

#### 4.6.3 Gengisvarnir og sérhæfing

Skipta má erlendum ferðamönnum í tvo hópa: Annarsvegar þá sem hingað koma á vegum ferðaskrifstofa í einhvers konar pakkaferðir en hlutdeild þeirra nemur u.þ.b.

40%.<sup>10</sup> Hinsvegar eru þeir sem koma til landsins á eigin vegum og panta þá sjálfir flug, gistingu og e.t.v. skipulagðar ferðir. Þótt íslenskar ferðaskrifstofur hyggist auka vægi beinnar sölu á næstunni þar sem netsala verður í fyrirrúmi er einungis brot af sölu með þeim hætti enn sem komið er. Erlendir ferðamenn sem kaupa pakkaferðir til Íslands kaupa því yfirleitt ferðirnar af erlendum ferðaskrifstofum, sem ýmist selja eigin ferðir eða pakkaferðir sem þær kaupa af íslenskum ferðaskrifstofum. Kaupin fara að jafnaði fram í erlendum gjaldmiðli, en eins og fram kemur í töflu 4.10 eru um 90% tekna innlendra ferðaskrifstofa í gjaldeyri. Aftur á móti eru einungis 30% kostnaðar íslenskra ferðaskrifstofa í erlendum gjaldmiðli. Ferðaskrifstofur taka því á sig töluverða gengisáhættu og taka þannig að nokkru leyti við „tekjuáhættunni“ frá öðrum ferðaþjónustuaðilum. Að sjálfsögðu sitja hinir þó eftir með „eftirspurnaráhættuna“.

Fyrirkomulag sem þetta getur haft þá kosti í för með sér að ferðaskrifstofurnar, sem eru tiltölulega fáar og stórar og búa gjarnan yfir meiri sérhæfingu í fjármálum, taki þannig á sig áhættu sem erfiðara getur verið fyrir minni aðila að stýra. Hinsvegar geta ókostir einnig fylgt þessari nálgun. Ef ferðaskrifstofur hafa samið við innlenda ferðaþjónustuaðila í íslenskum krónum skapast hættu á að ferðaskrifstofan tapi á hverri pakkaferð sem hún selur ef gengi krónunnar hækkar nógu mikið. Hvatinn fyrir ferðaskrifstofuna til að selja ferðirnar er þar með horfinn með öllu. Það skaðar bæði ferðaskrifstofurnar og ferðaþjónustuaðilana sem þær skipta við. Raunar munu vera nýleg dæmi um að staða sem þessi hafi komið upp í íslenskri ferðaþjónustu.

Þar sem misvægi tekna og kostnaðar í erlendum gjaldmiðlum meðal íslenskra ferðaþjónustufyrirtækja er mest hjá ferðaskrifstofum kemur e.t.v. ekki á óvart að um sé að ræða þann hluta ferðaþjónustunnar sem stundar gjaldmiðlavarnir hvað markvissast. Raunar er nýting gjaldmiðlavarna hverfandi í öðrum undirgreinum ferðaþjónustunnar enda misvægi milli tekna og kostnaðar í erlendum gjaldmiðlum oft og tíðum ekki stórvægilegt. Þó eru dæmi um ferðaþjónustufyrirtæki sem nýta sér hvorki gengisvarnir né erlenda lántöku til að verjast gengisáhættu, jafnvel þótt sennilegt sé að það gæti reynst happadrjúgt. Fyrirtækin sem eiga í hlut eru gjarnan í

---

<sup>10</sup> Heimild: Könnun Ferðamálaráðs júní 2004 – maí 2005. U.þ.b. 30% voru almennar pakkaferðir en 10% voru pakkaferðir á eigin vegum. (Eru horfur á samdrætti í pakkaferðum? Hvaða áhrif mun það hafa í tengslum við gengismál?)

minni kantinum og má því velta því upp hvort sérhæfð fjármálastjórnun af þessu tagi reynist fyrirtækjum af því tagi erfiðari. Rétt er þó að hafa í huga að jafnvel þótt gjaldmiðlavarnir aðrar en erlend lántaka komi að gagni til að verjast gengissveiflum til skemmri tíma er ógerningur að verjast gengisbreytingum til langs tíma með þeim hætti.

Í upphafi þessa kafla var bent á að breytingar á raungengi krónunnar gætu haft áhrif á fjölda ferðamanna til Íslands og eyðslu þeirra hérlendis og ferðalög Íslendinga til útlanda. Kannað var með tölfræðilegum aðferðum hvort breytingar á raungengi, olúverði og landsframleiðslu í heimalandi ferðamanna hefði áhrif á komur þeirra til landsins. Sú tölfræðileg greining bendir ekki til þess að breytingar á raungengi hafi haft mjög mikil áhrif á það hvort erlendir ferðamenn kæmu til landsins. Ekki verður séð að breytingar á raungengi hafi áhrif á ferðamannastraum til landsins á sama ári, en breytingar á raungengi árið á undan hafa neikvæð áhrif. Útskýringamáttur hins tölfræðilega líkans var fremur slakur sem gefur til kynna að aðrar breytur en raungengi, olúverð og landsframleiðslu hafi meiri áhrif á ferðir útlendinga til landsins. Óvíst er hvaða atriði hér gæti verið um að ræða, en þó má benda á að síðustu árum hefur framboð vaxið af ódýrum ferðum til landsins og gistirými aukist. Sérstakar landkynningar, umfjöllun í erlendum fjölmiðlum og umtal annarra getur einnig kveikt áhuga ferðamanna á að sækja landið heim. Breytingar á raungengi hafa jákvæð áhrif á eyðslu ferðamanna, þ.e. hátt raungengi ýtir undir eyðslu í dollurum talið.

Breytingar á raungengi virðast hins vegar hafa meiri áhrif á vilja Íslendinga til að ferðast til útlanda en komur útlendinga til landsins.

## 5 Niðurstöður

Á undanförunum áratugum hefur komum erlendra ferðamanna til Íslands fjölgað mjög og mun meira en nemur almennri aukningu ferða í heiminum. Ísland er spennandi land í margra augum, dreifbýlt með óspillta náttúru þar sem ríkir kyrrð og friður. En aðrir þættir en falleg náttúra skipta vitaskuld einnig máli þegar ferðamenn velja sér áfangastað. Tekjur þeirra, verðlag í landinu sem þeir hyggjast sækja heim samanborið við verðlag í öðrum löndum, fargjaldaverð og úrval og gæði þeirrar þjónustu sem boðið er upp á geta einnig haft áhrif á hvert leiðin liggur.

Í þessari skýrslu hefur sjónum einkum verið beint að þeim áhrifum sem breytingar á raungengi hafa á ferðamannastraum til og frá landinu. Hátt raungengi getur dregið úr ásókn útlendinga til landsins, haft áhrif á eyðslu þeirra og viðveru, en jafnframt dregið úr áhuga Íslendinga á að ferðast um eigið land. Breytingar á gengi hafa einnig áhrif á afkomu þeirra fyrirtækja sem hafa tekjur og kostnað í erlendri mynt. Loks hafa breytingar á nafngengi einnig áhrif á almennt verðlag og kauplag í landinu, þótt nokkurn tíma taki fyrir þau áhrif að skila sér að fullu.

Til að kanna hvernig breytingar á raungengi koma niður á komu ferðamanna til landsins var hér notað líkan þar sem breytingar á fjölda ferðamanna voru láttnar ráðast af breytingum á raungengi, olíuverði og landsframleiðslu í heimalandi útlendinganna. Útskýringamáttur þess líkans var slakur og reyndist það aðeins geta skýrt um 20% af breytingum á ferðum til landsins. Aðrir þættir virðast því skipta meira máli en skýribreytur líkansins. Í annan stað vekur athygli að breytingar á raungengi hafa ekki marktæk tölfræðileg áhrif á komur ferðamanna til landsins á sama ári, en hins vegar skipta breytingar á raungengi árið áður máli. Þess áhrif eru þó vart sterk vegna þess að langflestir ferðamenn ákveða ferðir sínar til Íslands með tiltölulega stuttum fyrirvara.

Tölfræðilegar athuganir gefa til kynna hækkun raungengis krónunnar ýti undir ferðalög Íslendinga til útlanda. Þá gefa tölfræðilíkon til kynna að hátt raungengi ýti undir eyðslu ferðamanna á Íslandi – mældri í erlendum gjaldeyri.

Íslensk ferðaþjónustufyrirtæki eru misjafnlega fær um að verjast háu gengi. Sum þeirra geta hagrætt í rekstri, hugsanlega flutt eitthvað af kostnaði yfir í erlendan gjaldeyri og reynt þannig að ná betra samræmi á þeim hluta tekna og gjalda sem fellur til í erlendri mynt. Önnur standa verr.

Gera má ráð fyrir að um 45% af tekjum fyrirtækja í ferðaþjónustu á Íslandi verði til í erlendri mynt, en einungis 25% kostnaðar. Misvægið nemur því um 20% af tekjum. Hér er sérstök ástæða til að staldra við þá stöðu sem innlendar ferðaskrifstofur og flugfélög eru í. Um 90% af tekjum innlendra ferðaskrifstofa verður til við sölu á ferðum og þjónustu til erlendra aðila sem greiða oftast fyrir í evrum. Á móti kemur að einungis um þriðjungur kostnaðar þessara aðila er í erlendum gjaldeyri. Um tveir þriðju hlutar tekna íslenskra flugfélaga verður til í erlendri mynt en 35-45% af kostnaðinum. Hjá hótélum og minni þjónustuaðilum er mun betra samræmi á milli þess hluta tekna og kostnaðar sem er í erlendum gjaldmiðli, þótt vitaskuld megi ætíð finna einstaka fyrirtæki þar sem misvægið er meira. Ferðaþjónustufyrirtæki á landsbyggðinni eru flest í hópi smærri fyrirtækja í þessari atvinnugrein og því er trúlegt að þau séu yfirleitt þokkalega vel varin fyrir gengisáhættu. Hér skal þó ítrekað að öll fyrirtæki í ferðaþjónustu eru háð þróun gengis.

Smærri fyrirtæki virðast í auknum mæli hafa reynt að varpa gengisáhættu sinni yfir á fyrirtæki sem eru nær neytendum í sölukæðjunni. Lítil ferðaþjónustufyrirtæki hafa selt þjónustu í krónum til innlendra ferðaskrifstofa sem síðan hafa selt hana áfram í erlendum gjaldmiðli til erlendra ferðaskrifstofa eða beint til ferðamanna. Þá hafa minni fyrirtæki einnig reynt að færa verðlagningu sína úr erlendum gjaldmiðli í krónur. Slík verðstefna getur vissulega fælt viðskiptavinum frá en ef breytingar á nafngengi eru miklar getur hún þó borgað sig. Sum fyrirtæki virðast einnig hafa snúið sér í auknum mæli að innlenda markaðnum. Það getur reynst varhugavert vegna þess að þá er hættu á að erlend viðskiptasambönd tapist. Þegar gengi krónunnar veikist aftur getur reynst tvíbent að hafa snúið baki við erlenda markaðnum.

Smá fyrirtæki búa oft og tíðum ekki yfir nægilegri þekkingu til að geta nýtt sér þær gengisvarnir sem í boði eru. Sum þeirra eru einnig hugsanlega of smá eða hafa of lítinn hluta tekna sinna eða kostnaðar í erlendum gjaldmiðli til þess að slíkar varnir

borgi sig. Brynt er að efla mjög þekkingu aðila í ferðaþjónustu á áhrifum gengis á afkomu þeirra og hvernig þeir geta brugðist við sveiflum í gengi

Núverandi fyrirkomulag gengismála gefur stjórnvöldum ekki færi á að laga gengisskráningu að kröfum einstakra atvinnugreina. Seðlabanki Íslands fylgir flotgengisstefnu sem í felst að gengi krónunnar ræðst af framboði og eftirspurn á markaði, en bankinn getur aftur á móti haft áhrif á gengi hennar með peningamálaaðgerðum sínum. Bankanum er uppálagt að halda verðbólgu innan tiltekinna marka og getur í því skyni breytt stýrivöxtum sínum og þær breytingar hafa áhrif á gengi krónunnar. Hlutfallslega háir vextir draga fjármagn til landsins og auka eftirspurn eftir krónum en lágt vaxtastig veikir að sama skapi eftirspurn eftir krónu og veldur því að gengi hennar lækkar.

Standi vilji stjórnvalda til að bæta samkeppnisstöðu íslenskra fyrirtækja þegar gengi krónunnar er hátt hafa þau tvær leiðir færar. Sú fyrri er að leggjast á sveif með seðlabanka og draga úr opinberum framkvæmdum og sýna meira aðhald í rekstri. Með því að stjórnvöld spyrni þannig kröftuglega við fótum minnkar þörfin á vaxtahækkunum og krónan verður ekki jafnsterk og ella.

Hin leiðin er sú að beita sértækum aðgerðum, t.d. styrkjum og skattafsláttum. Það er sú aðferð sem oft var áður beitt en þykir nú vart fýsileg. Ástæður fyrir þessum sinnaskiptum er margar. Þar má fyrst nefna að sértækar aðgerðir mismuna fyrirtækjum eða atvinnugreinum og valda því að þeim gæðum sem samfélagið ræður yfir er ekki ráðstafað á heppilegasta hátt. Í öðru lagi getur verið erfitt að ákveða hverjir skuli styrktir og hverjir ekki. Í þriðja lagi getur verið örðugt að ákveða til hversu mikilla aðgerða skuli gripið vegna þess að upplýsingar um raunverulegan hag einstakra fyrirtækja geta verið af skornum skammti eða ónákvæmar. Í fjórða lagi getur verið að aðgerðirnar fari ekki að hafa áhrif fyrr en löngu eftir að þeirra var raunverulega þörf og að þá séu þær alls ekki nauðsynlegar. Í fimmta lagi getur verið að styrkir og sérmeðhöndlun samrýmist ekki reglum eftirlitsstofnunar EFTA (ESA) og gangi í berhöggi við stefnu annarra alþjóðastofnana sem Ísland er aðili að.

Raungengi krónunnar sveiflast alltaf og nokkuð ljóst er að það mun ekki til frambúðar haldast jafnhátt og það hefur gert undanfarin misseri. En ýmislegt styrkir raungengi

krónunnar um þessar mundir og má þar nefna breytingar á húsnæðislánamarkaði, miklar húsbyggingar á höfuðborgarsvæðinu, virkjanir og stóriðjuframkvæmdir bæði á Austurlandi og fyrir sunnan. Ráðagerðir um uppbyggingu á sviði stóriðju og orkumála, smíði sjúkrahúsa og vegagerð stuðla einnig að sterku raungengi. Lækkun tekjuskatts um síðastliðin áramót miðar í sömu átt. Á móti þessu gæti til dæmis vegið opnun vinnumarkaðs fyrir fólki frá Austur-Evrópu, sem ráðgerð er, og bakslag á hlutabréfamarkaði. Sem stendur bendir þó flest til þess að raungengið verði enn fremur hátt næstu misseri.

Raungengi ræðst bæði af gengishreyfingum og verðbólgu. Ef verðbólga er svipuð hér heima og erlendis munu sviptingar á nafngengi krónunnar ráða öllu um þróun raungengis. En vegna þess hve Ísland er opið hagkerfi hafa breytingar á nafngengi krónunnar jafnframt áhrif á almennt verðlag í landinu, sem og kauplag, en þau áhrif geta að vísu verið allengi að koma fram að fullu. Ferðapjónusta á Íslandi myndi ekki njóta mikils góðs af því að krónan félli og verðlag hækkaði hér að sama skapi.



## 6 Heimildaskrá

Anna Valdimarsdóttir, Ferðamálastofu, tölvupóstur

Ferðamálaráð Íslands (2005). Könnun Ferðamálaráðs júní 2004 – maí 2005.

Ferðamálaráð (2005). Könnun meðal erlendra ferðmanna veturinn 2004-2005, heildarniðurstöður.

Ferðamálaráð (2004). Könnun meðal erlendra ferðmanna sumarið 2004, heildarniðurstöður.

Ferðamálastofa. Ýmis gögn sótt af vef Ferðamálastofu: [www.ferdamalastofa.is](http://www.ferdamalastofa.is)

Hagfræðistofnun Háskóla Íslands (2003). Flug- og ferðaþjónusta á Íslandi: Umfjöllun í tilefni af beiðni Ryanair um lækkun gjalda á Keflavíkurflugvelli. Skýrsla nr. C3:08 Reykjavík: Hagfræðistofnun Háskóla Íslands.

Hagfræðistofnun Háskóla Íslands(2005). Fyrirkomulag gengismála á Íslandi. Horft til framtíðar. Ársskýrsla 2005. Reykjavík: Hagfræðistofnun Háskóla Íslands.

Hagstofa Íslands. Ýmis gögn sótt af vef Hagstofunnar: [www.hagstofa.is](http://www.hagstofa.is).

Kanadíska fjármálaráðuneytið (2004). Air Travel Demand Elasticities: Concepts, Issues and Measurement: 1.

[http://www.fin.gc.ca/consultresp/Airtravel/airtravStdy\\_1e.html](http://www.fin.gc.ca/consultresp/Airtravel/airtravStdy_1e.html)

Magnús Oddsson, ferðamálastjóri, tölvupóstur.

OECD. Upplýsingar um kaupmáttarjafnvægi og verðlag ([GDP PPPs and Derived Indices for all OECD Countries](#) og [Purchasing Power Parities \(PPPs\) for OECD Countries since 1980](#)) sóttar af vefnum [www.oecd.org](http://www.oecd.org).

Seðlabanki Íslands. Ýmis gögn sótt af vef Seðlabankans: [www.sedlabanki.is](http://www.sedlabanki.is).

Sigurður Jóhannesson (2005). Vanmetnar launahækkunar, Vísbendingu 6. maí 2005.

World Tourism Organization. Tourism highlights 2005.